

***IMPRESSION MANAGEMENT PERPUSTAKAAN DALAM MEDIA
SOSIAL: KAJIAN DRAMATURGI PADA PENGGUNAAN
INSTAGRAM PERPUSTAKAAN KOTA YOGYAKARTA***



Oleh:
Annisa Nur Fatwa
NIM: 18200010261

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

TESIS

**Diajukan kepada Program Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh
Gelar Magister of Arts (M.A)
Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies
Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi**

**YOGYAKARTA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Annisa Nur Fatwa, S.IP.
NIM : 18200010261
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah tesis ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Januari 2021

Saya yang menyatakan,



Annisa Nur Fatwa, S.IP.
NIM: 18200010261

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **Annisa Nur Fatwa, S.IP.**
NIM : 18200010261
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : *Interdisciplinary Islamic Studies*
Konsentrasi : Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika di kemudian hari terbukti melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Januari 2021

Saya yang menyatakan,



Annisa Nur Fatwa, S.IP.

NIM: 18200010261



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PASCASARJANA

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 519709 Fax. (0274) 557978 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-141/Un.02/DPPs/PP.00.9/02/2021

Tugas Akhir dengan judul : IMPRESSION MANAGEMENT PERPUSTAKAAN DALAM MEDIA SOSIAL:
KAJIAN DRAMATURGI PADA PENGGUNAAN INSTAGRAM PERPUSTAKAAN
KOTA YOGYAKARTA

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ANNISA NUR FATWA, S.IP.
Nomor Induk Mahasiswa : 18200010261
Telah diujikan pada : Selasa, 02 Februari 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I

Dr. Ita Rodiah, M.Hum.

SIGNED

Valid ID: 6023380302ecf



Penguji II

Dr. Sri Rohyanti Zulaikha, S.Ag., SS., M.Si

SIGNED

Valid ID: 6023540d2fd0



Penguji III

Dr. Anis Masruri, S.Ag S.IP. M.Si.

SIGNED

Valid ID: 6025aca011f98



Yogyakarta, 02 Februari 2021

UIN Sunan Kalijaga

Direktur Pascasarjana

Prof. Noorhaidi, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D.

SIGNED

Valid ID: 6029fadad5cac

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.,
Direktur Pascasarjana
UIN Sunan Kalijaga
Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap penulisan tesis yang berjudul :

***IMPRESSION MANAGEMENT PERPUSTAKAAN DALAM MEDIA
SOSIAL: KAJIAN DRAMATURGI PADA PENGGUNAAN INSTAGRAM
PERPUSTAKAAN KOTA YOGYAKARTA***

Yang ditulis oleh :

Nama	: Annisa Nur Fatwa, S.IP.
NIM	: 18200010261
Jenjang	: Magister (S2)
Program Studi	: <i>Interdisciplinary Islamic Studies</i>
Konsentrasi	: Ilmu Perpustakaan dan Informasi

Saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Master of Arts.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 16 Januari 2021

Pembimbing



Dr. Sri Rohyanti Zulaikha, S.Ag., S.S., M.Si.

ABSTRAK

Annisa Nur Fatwa, S.IP. (18200010261): *Impression Management Perpustakaan dalam Media Sosial: Kajian Dramaturgi Pada Penggunaan Instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta. Tesis, Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies, Konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.*

Tesis ini mengkaji tentang pengelolaan kesan (*impression management*) Perpustakaan Kota Yogyakarta dalam media sosial instagram dengan menggunakan bingkai dramaturgi Erving Goffman. Bingkai teori ini digunakan untuk melihat fenomena penampilan yang disajikan pada wilayah depan (*front region*) dan kondisi yang terjadi pada wilayah belakang (*back region*). Adapun tujuan pada penelitian ini adalah untuk: 1) mengetahui proses *impression management* yang dilakukan oleh Perpustakaan Kota Yogyakarta melalui media sosial instagram yang dilihat dari perspektif dramaturgi, 2) mengetahui strategi *impression management* yang digunakan pada unggahan media sosial instagram selaku panggung depan dengan mengadopsi teori strategi *impression management* yang diusulkan oleh Jones dan Pittman, 3) mengetahui bagaimana persepsi pemustaka terhadap kesesuaian unggahan pada panggung depan instagram dengan realitas kondisi perpustakaan di lapangan. Penelitian ini merupakan kajian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi, dan dokumentasi. Uji validitas data dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi. Sementara untuk teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, pertama, proses *impression management* yang dilakukan terdiri dari pemilihan *username* @puskotjogja yang dirasa sudah menjadi sebutan yang tidak asing terdengar oleh masyarakat khususnya masyarakat di wilayah Kota Yogyakarta, pemilihan foto profil, dan *bio* yang dicantumkan pada akun media sosial instagram sebagai bentuk penegasan presentasi diri yang terlihat pada wilayah depan. Sementara pada wilayah belakang, mencakup persiapan bahan unggahan baik foto maupun video yang diambil menggunakan *handphone* dan kamera yang mana bahan tersebut didapatkan dari pengelola media sosial instagram yang mengambil momen dan juga dari para rekan pustakawan, pemberian *watermark*, dan pemilihan *caption*. Kedua, strategi *impression management* yang digunakan yakni terdiri dari lima strategi yang diusulkan oleh Jones dan Pittman, yaitu *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, dan *supplication*, meskipun tidak semua taktik pada strategi tersebut digunakan. Dari kelima strategi tersebut, *ingratiation* dan *self-promotion* merupakan tindakan yang paling banyak digunakan pada unggahan di media sosial instagram @puskotjogja. Ketiga, pandangan pemustaka terhadap wilayah depan pada instagram @puskotjogja disebutkan bahwa dari segi tampilan yang disajikan secara keseluruhan terlihat biasa karena tidak terlalu banyak memakai editan, akan tetapi pihak perpustakaan berusaha menampilkan sisi terbaik perpustakaan pada setiap unggahan yang ada. Untuk realitas kondisi di lingkungan Perpustakaan Kota Yogyakarta, pemustaka menganggap sudah sesuai dengan yang ditampilkan pada media sosial instagram,

meskipun terkadang masih ada pustakawan yang kurang ramah dan beberapa fasilitas yang masih dirasa kurang oleh pemustaka.

Kata Kunci: *Impression Management*, Dramaturgi, Perpustakaan Umum.



ABSTRACT

Annisa Nur Fatwa, S.IP. (18200010261): Impression Management of Library in Social Media: Dramaturgy Studies On The Use of Yogyakarta City Libraries Instagrams. Thesis, Interdisciplinary Islamic Studies Program, Concentration of Library and Information Science, Postgraduate UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2021.

This thesis examines the impression management of Yogyakarta City Library on Instagram using Erving Goffman's dramaturgy frame. This theoretical frame is used to see the appearance phenomenon presented in the front region and the conditions that occur in the back region. The objectives of this study are to: 1) determine the impression management process carried out by the Yogyakarta City Library through social media Instagram seen from a dramaturgy perspective, 2) determine the impression management strategy used in Instagram social media uploads as the front stage by adopting strategic theory impression management proposed by Jones and Pittman, 3) find out how readers' perceptions of the suitability of uploads on the front stage of Instagram with the reality of library conditions in the field. This research is a qualitative study with a descriptive approach. Data collection was carried out by means of interviews, observation and documentation. The data validity test was conducted using triangulation techniques. Meanwhile, data analysis techniques use data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that, first, the impression management process consisted of choosing a username @puskotjogja which was considered a familiar name by the public, especially people in the Yogyakarta City area, selecting a profile photo, and bio which were included on Instagram social media accounts as a form of self-assertion that is visible in the front area. Meanwhile in the back area, it includes the preparation of upload materials, both photos and videos taken using cellphones and cameras, which are obtained from social media managers who take moments and also from fellow librarians, giving watermarks, and selecting captions. Second, the impression management strategy used consists of five strategies proposed by Jones and Pittman, namely ingratiation, intimidation, self-promotion, exemplification, and supplication, although not all of the tactics in these strategies are used. Of the five strategies, ingratiation and self-promotion are the most widely used actions on social media uploads @puskotjogja. Third, the view of the library user on the front area on Instagram @puskotjogja states that in terms of the appearance that is presented as a whole it looks normal because it doesn't use too many edits, but the library tries to show the best side of the library in every available upload. For the reality of the conditions in the Yogyakarta City Library environment, users think that it is in accordance with what is displayed on Instagram social media, although

sometimes there are librarians who are not friendly and some facilities are still lacking by users.

Keywords: Impression Management, Dramaturgy, Public Library.



KATA PENGANTAR

Alhamduillah, dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam. Keselamatan dan kesejahteraan atas semulia-mulianya Nabi dan Rasul junjungan Kita Nabi Muhammad Saw., beserta keluarga, kerabat, sahabat, dan pengikut beliau sampai akhir zaman. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang atas izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul “Impression Manajemen Perpustakaan Dalam Media Sosial: Kajian Dramaturgi Pada Penggunaan Instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta”.

Penulis menyadari dalam penyusunan tesis ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa do’a, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, baik dukungan yang bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu atas terselesaikannya tesis ini :

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A., selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Prof Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Direktur Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Nina Mariani Noor, SS. MA., selaku Koordinator Program Studi Interdisciplinary Islamic Studies, Pascasarjana UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dr. Sri Rohyanti Zulaikha., S.Ag., S.S., M.Si., selaku dosen pembimbing yang tidak pernah lelah memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.

5. Ibu Dr. Ita Rodiah, M. Hum., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan bagi penulis.
6. Bapak Dr. Anis Masruri, S.Ag., S.IP., M.Si., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan bagi penulis.
7. Seluruh dosen program Pascasarjana dan seluruh karyawan di lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
8. Budi Isti Wijayanti, SIP., selaku Plt. Kepala Seksi Data dan Informasi Perpustakaan Kota Yogyakarta.
9. Para informan, baik pustakawan maupun pemustaka yang telah bersedia meluangkan waktunya sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
10. Kedua orangtua, mamah Anah Suhanah, S. Pd., dan bapak Yuyu Yusup, S.IP yang selalu memberikan *support* baik secara moril maupun materil, dan tiada hentinya untuk selalu mendoakan penulis.
11. Rheza Ega Winastwan, S.IP, atas segala doa, dukungan, dan selalu bersedia mendengarkan. Terimakasih atas semuanya selama ini, khususnya saat penulis menyelesaikan studi.
12. Para sahabat yang selama ini memberikan dukungan, semangat, dan masih setia untuk mengukir cerita.
13. “*An other side of me*” yang telah berusaha, bersabar, dan bertahan. Terimakasih, perjalanan kita masih panjang dan mari terus berjuang *for being better than before*.
14. Semua pihak yang berkontribusi dalam penulisan ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat dan dapat menjadi sumbangan pengetahuan dalam bidang Ilmu Perpustakaan dan Informasi, baik yang sifatnya teoritis maupun praktis.

Yogyakarta, 16 Januari 2021

Penulis

Annisa Nur Fatwa
NIM: 18200010261



PERSEMBAHAN

Penulis dedikasikan tesis ini kepada:

1. Mamah Anah Suhanah, S. Pd., dan Bapak Yuyu Yusup, S.IP, serta adik Muhammad Yasir Sidiq Abdulloh.
2. Seluruh guru dan dosen serta semua orang yang telah memberi manfaat dan ilmu dari kecil hingga membentuk diri penulis sampai saat ini.
3. Almamater tercinta, program studi *Interdisciplinary Islamic Studies*, konsentrasi Ilmu Perpustakaan dan Informasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Semua praktisi dan pemerhati dalam lingkup ilmu perpustakaan dan informasi di seluruh Indonesia.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

MOTTO

Do and Stay Positive Like a Proton

- *anef* -



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
PENGESAHAN	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	x
PERSEMBAHAN	xiii
MOTTO	xiv
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	12
1. Teori Dramaturgi	12
a. Dramaturgi Erving Goffman	12
b. Pengelolaan Kesan (<i>Impression Management</i>)	17
c. Pertunjukan: Panggung Depan dan Panggung Belakang	21
2. Instagram	25
3. Perpustakaan Umum	28
F. Metode Penelitian	29
1. Jenis Penelitian	29
2. Lokasi Penelitian	30
3. Subjek dan Objek Penelitian	30

4. Instrumen Penelitian.....	31
5. Jenis dan Sumber Data	31
6. Metode Pengumpulan Data	32
7. Uji Validitas Data.....	35
8. Teknik Analisis Data.....	36
G. Sistematika Pembahasan	38
BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	41
A. Perpustakaan Kota Yogyakarta	41
B. Visi dan Misi Perpustakaan.....	44
C. Gedung dan Lokasi.....	45
D. Sistem Layanan	45
E. Media Sosial Instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta	51
BAB III PROSES <i>IMPRESSION MANAGEMENT</i> PERPUSTAKAAN DALAM MEDIA SOSIAL	52
A. Pemilihan <i>Username</i> , Foto Profil, dan <i>Bio</i> Sebagai Penegasan Presentasi Diri pada Instagram.....	52
B. Persiapan di Panggung Belakang Perpustakaan Kota Yogyakarta	55
BAB IV STRATEGI <i>IMPRESSION MANAGEMENT</i> PADA UNGGAHAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM.....	64
A. Strategi <i>Impression Management</i> pada Unggahan Media Sosial Instagram @puskotjogja	64
1. <i>Ingratiation</i> (Ingratiasi).....	65
2. <i>Intimidation</i> (Intimidasi)	76
3. <i>Self-promotion</i> (Promosi Diri)	77
4. <i>Exemplification</i> (Eksemplifikasi).....	83
5. <i>Supplication</i> (Suplikasi).....	89
BAB V PERSEPSI PEMUSTAKA TERHADAP KESESUAIAN UNGGAHAN PADA INSTAGRAM DENGAN REALITAS KONDISI PERPUSTAKAAN.....	96
A. Pandangan Pemustaka Terhadap Perpustakaan Kota Yogyakarta Pada Panggung Depan Instagram @puskotjogja	96

B. Realitas Kondisi Perpustakaan Kota Yogyakarta di Mata Para Pemustaka.....	102
BAB VI PENUTUP	106
A. Kesimpulan.....	106
B. Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	134



DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Jam Layanan Perpustakaan Kota Yogyakarta, 50.
- Tabel 2. Profil Admin Instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta, 51.
- Tabel 3. Rangkuman Jumlah Penggunaan Strategi *Impression Management* Pada Unggahan Media Sosial Instagram @puskotjogja, 92.



DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. Model Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman, 16.
- Gambar 2. Pemberian *Souvenir* Kepada Pemustaka, 66.
- Gambar 3. Situasi di Ruangan Perpustakaan Kota Yogyakarta, 68.
- Gambar 4. Peningkatan *Softskill* Pustakawan, 70.
- Gambar 5. Kegiatan Pelatihan Menulis MELISA, 71.
- Gambar 6. Persembahan Lagu Indonesia Pusaka saat Peringatan HUT RI ke-75 Tahun, 73.
- Gambar 7. Pelaksanaan Upacara Rutin Bulanan oleh Pemerintah Kota Yogyakarta Dilaksanakan Secara *Online*, 74.
- Gambar 8. Himbauan Pengembalian Buku, 76.
- Gambar 9. Peresmian BIANCA dan Pengukuhan Pengelola Kampung Baca di 7 Lokasi, 79.
- Gambar 10. Pelatihan Literasi Terapan oleh Pihak Perpustakaan Kota Yogyakarta, 80.
- Gambar 11. Layanan Mobil Keliling Perpustakaan Kota Yogyakarta di Sekolah Dasar, 81.
- Gambar 12. Layanan Mobil Keliling Perpustakaan Kota Yogyakarta di Taman Kanak-kanak, 81.
- Gambar 13. Mendampingi Pemustaka Disabilitas, 84.
- Gambar 14. Melayani dan Mendampingi Masyarakat Kali Code, 84.
- Gambar 15. Ajakan Melaksanakan Protokol Kesehatan, 86.
- Gambar 16. Pemeriksaan Suhu Tubuh Pemustaka di Lingkungan Perpustakaan Kota Yogyakarta, 87.
- Gambar 17. Permohonan Membawa Perlengkapan Shalat Sendiri, 89.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perpustakaan secara umum merupakan lembaga penyedia informasi untuk melayani masyarakat umum. Dalam rangka menjangkau masyarakat pengguna, perpustakaan perlu melakukan kegiatan yang berhubungan dengan penyampaian informasi kepada masyarakat mengenai keberadaan perpustakaan. Hal tersebut penting dilakukan dikarenakan *mindset* masyarakat masih menganggap perpustakaan sebagai tempat yang kaku dan membosankan. Oleh karena itu, perpustakaan perlu membangun citra positif dimata masyarakat penggunanya. Berbagai upaya dapat dilakukan oleh perpustakaan untuk membangun citra perpustakaan, salah satunya yaitu dengan penggunaan media sosial.

Media sosial efektif digunakan oleh perpustakaan untuk menjangkau masyarakat pengguna tanpa perlu bertatap muka langsung. Dengan adanya media sosial akan mamangkas ruang dan waktu dalam penyebaran dan penyampaian informasi. Media sosial yang populer dikalangan masyarakat saat ini beraneka macam, salah satunya yaitu Instagram. Pengguna aktif instagram dari masyarakat Indonesia, berdasarkan laporan dari NapoleonCat yang merupakan salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Polandia, dilansir dalam useetv, hingga bulan Mei 2020 jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 69.270.000 akun. Dengan jumlah

tersebut, artinya Indonesia menyumbang pengguna instagram sebanyak 25,3% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia.¹

Saat ini mayoritas perpustakaan baik perpustakaan nasional, perpustakaan umum dan perpustakaan perguruan tinggi yang berada di Indonesia memanfaatkan media sosial Instagram sebagai sarana informatif bagi masyarakat, seperti promosi kegiatan perpustakaan, informasi mengenai koleksi baru, layanan yang dimiliki perpustakaan, dan lain sebagainya. Selain dipergunakan untuk media promosi, Instagram juga bisa dipergunakan sebagai sarana komunikasi antara perpustakaan dan masyarakat. Komunikasi antar masyarakat pengguna dengan perpustakaan dapat berupa keluhan layanan ataupun pertanyaan yang berkaitan dengan perpustakaan.

Salah satu perpustakaan yang menggunakan instagram sebagai media penyampai informasi yaitu Perpustakaan Kota Yogyakarta dengan *username* akunnya yaitu @puskotjogja. Sependek pengamatan peneliti, Perpustakaan Kota Yogyakarta cukup aktif dalam menggunakan instagram dibandingkan dengan penggunaan media sosial lainnya seperti facebook, baik untuk menyampaikan informasi mengenai layanan, berbagai kegiatan yang dilaksanakan perpustakaan, dan lain sebagainya. Selain itu, akun instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta juga kerap kali memposting mengenai fasilitas yang ada di perpustakaan, pemberian bingkisan atau *reward* kepada pemustaka, kegiatan yang berlangsung di perpustakaan, dan interaksi baik

¹ Uzone.id, "Total Pengguna Instagram di Indonesia Hingga Mei 2020," diakses 8 Oktober 2020, <https://www.useetv.com/news/detail/total-pengguna-instagram-di-indonesia-hingga-mei-2020>.

antar pustakawan maupun dengan pemustaka. Dan berbagai hal tersebut disajikan secara “baik” pada laman instagram. Salah satu contoh unggahan pada akun instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta yaitu pada tanggal 5 Agustus 2019 dengan unggahan berupa foto layanan loker yang ada di Perpustakaan Kota Yogyakarta, dilengkapi dengan *caption* sebagai berikut:

“Ketika berkunjung ke Perpustakaan Kota Jogja, para pemustaka dapat memanfaatkan loker penitipan barang baik *indoor* (dalam ruangan) maupun *outdoor* (luar ruangan) untuk menaruh barang bawaan. Sobat pemustaka tinggal memilih ingin memanfaatkan loker *indoor* atau *outdoor* dan meminta kunci kepada petugas layanan *customer service*. Selamat memanfaatkan fasilitas kami dengan aman dan nyaman 😊”

Akan tetapi, ketika peneliti melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi, hal yang ditemui kurang sesuai dengan apa yang terdapat pada unggahan di akun instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta. Kerap kali loker yang disediakan penuh sehingga kerap kali pemustaka yang akan menyimpan barang bawaannya disimpan pada bagian depan loker (disediakan meja) dan tidak jarang ketika hujan lantai di ruangan loker *outdoor* terdapat genangan air.

Selanjutnya, terdapat foto unggahan yang diposting oleh akun @puskotjogja pada tanggal 26 September 2020, yang menampilkan salah seorang pustakawan yang berfoto bersama seorang anak perempuan, dan dilihat dari foto tersebut pustakawan tengah memberikan buku kepada anak perempuan itu. Unggahan tersebut dibubuhi *caption* sebagai berikut:

“Saskia (Sabtu Seru di Perpustakaan Kota) kali ini yang beruntung adalah adik Aqila. Biasanya, adik Aqila yang tinggal di Wirobrajan dan bersekolah di TK Aisyiyah A ini mengunjungi layanan Monika yang datang kesana.

Hari ini pertama kalinya ia datang ke Perpustakaan dan berkesempatan untuk dibacakan cerita oleh kak @fettyconita sekaligus diberikan bingkisan cantik”

Berbagai asumsi dapat muncul ketika orang awam melihat unggahan tersebut, seperti munculnya pertanyaan kenapa anak perempuan tersebut mendapatkan bingkisan dan berkesempatan untuk dibacakan cerita, mungkinkah terdapat beberapa kriteria tertentu atau hanya didapatkan secara percuma karena anak tersebut telah berkunjung ke perpustakaan. Asumsi selanjutnya, orang yang melihat unggahan tersebut dapat merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke perpustakaan, terutama bagi anak-anak atau orangtua yang memiliki anak usia dini. Karena mereka melihat orang yang berkunjung ke perpustakaan bisa mendapatkan buku yang diberikan oleh pihak perpustakaan.

Dua contoh fenomena yang telah disebutkan di atas berkaitan dengan bagaimana pengelolaan kesan (*impression management*), yakni cara-cara yang digunakan untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.² Menurut Goffman, atribut yang dimiliki serta berbagai aktivitas digunakan untuk mempresentasikan hal tersebut, termasuk busana yang dipakai, tempat, cara berjalan dan berbicara, pekerjaan yang dilakukan, dan berbagai hal lainnya. Memang segala sesuatu dapat digunakan untuk memberitahu orang lain mengenai “diri kita” dan hal tersebut dilakukan dari situasi ke situasi lainnya.³ Cara seseorang ketika akan menghadiri acara

² Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), 112.

³ *Ibid.*

pengajian tentu berbeda dengan cara ketika akan bekerja di kantor. Singkatnya, hal tersebut merupakan “pengelolaan” atau “bagaimana cara mengelola” informasi yang akan diberikan kepada orang lain. Kaitannya dengan dua contoh unggahan pada akun instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta, yakni bagaimana perpustakaan mengelola kesan yang ditampilkan pada media sosial instagram yang dimilikinya.

Selanjutnya Goffman berpendapat bahwa kehidupan sosial itu terbagi menjadi dua wilayah, yakni wilayah depan (*front region*) dan wilayah belakang (*back region*). Wilayah depan merujuk pada peristiwa sosial yang memungkinkan individu maupun kelompok tertentu menampilkan peran formalnya, hal itu diumpamakan seperti suatu peran yang ditampilkan di atas panggung yang dilihat oleh khalayak penonton.⁴ Sementara wilayah belakang merujuk pada tempat dan peristiwa yang menjadi *space* untuk mempersiapkan peran, mempersiapkan diri, dan berlatih untuk menampilkan di wilayah depan.⁵ Hal tersebut pada perspektif Goffman merupakan suatu dramaturgi, yang mana dramaturgi tersebut dapat dikatakan sebagai panggung sandiwara, dimana individu atau kelompok tertentu berbeda karakternya ketika berada di panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*).

Dilihat dari contoh pertama yang telah dipaparkan sebelumnya, hal tersebut menunjukkan bahwa adanya indikasi yang kurang sesuai antara hal yang disajikan pada media sosial dengan kondisi sebenarnya di lapangan.

⁴ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*.

⁵ *Ibid.*

Sementara pada contoh kedua, hal yang ditampilkan pada media sosial menunjukkan sesuatu yang bisa disebut *final*, sementara proses dalam pembentukannya tidak diketahui oleh orang yang hanya sekedar melihat foto unggahan tersebut. Indikasi tersebut tercakup kedalam teori dramaturgi oleh Erving Goffman. Dalam perspektif dramaturgi, kehidupan diibaratkan sebagai sebuah teater, interaksi sosial yang terjadi mirip dengan pertunjukan yang terjadi di atas panggung dan menampilkan peran-peran yang ditampilkan oleh para aktor. Lebih lanjut untuk memainkan peran tersebut, biasanya aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu dengan mengenakan atribut tertentu, misalnya pakaian dan aksesoris lainnya.⁶ Media sosial instagram yang digunakan oleh Perpustakaan Kota Yogyakarta dalam menyajikan berbagai hal dan beragam informasi melalui unggahan foto yang biasanya dibubuhi dengan *caption*, diibaratkan sebagai suatu wilayah depan atau suatu panggung. Sementara orang atau pemustaka yang melihat (disini berlaku sebagai khalayak penonton atau *audiens*) tidak mengetahui pengelolaan terhadap apa yang telah ditampilkan atau disajikan tersebut. Dan hal tersebut hanya diketahui oleh aktor yang bersangkutan, dalam hal ini yaitu pihak perpustakaan yang memiliki akses untuk mengunggah pelbagai foto yang telah ditampilkan.

Berdasarkan fenomena di atas, peneliti tertarik untuk mengetahui gambaran secara menyeluruh mengenai bagaimana pengelolaan kesan yang ada pada wilayah belakang terhadap apa yang ditampilkan oleh Perpustakaan

⁶ *Ibid.*

Kota Yogyakarta melalui media sosial Instagram (@puskotjoga). Selain itu peneliti juga ingin mengetahui persepsi masyarakat dalam hal ini yaitu pemustaka mengenai unggahan yang disajikan pada akun Instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta dengan kenyataan yang sebenarnya. Hal tersebut muncul berdasar keresahan peneliti terhadap keingintahuan tentang bagaimana perpustakaan mengelola kesan terhadap apa yang ditampilkan pada media sosial instagram.

Untuk memudahkan dalam pengerjaan penelitian, penelitian ini akan menggunakan bingkai teori dramaturgi yang dicetuskan oleh Erving Goffman. Teori ini terbagi menjadi dua poin utama yaitu panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Selain itu, peneliti juga mengadopsi teori untuk melihat strategi yang digunakan pada *impression management*, yaitu teori yang diusulkan oleh Jones dan Pittman yang terdiri dari lima strategi yakni *ingratiation*, *intimidation*, *self promotion*, *exemplification*, dan *supplication*. Alasan pemilihan teori tersebut dikarenakan peneliti berasumsi bahwa teori ini memiliki relevansi terhadap permasalahan yang hendak diteliti.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu

1. Bagaimana proses pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan Perpustakaan Kota Yogyakarta melalui media sosial instagram dilihat dari perspektif dramaturgi?

2. Strategi apa saja yang digunakan Perpustakaan Kota Yogyakarta dalam menampilkan unggahan pada media sosial instagram sebagai panggung depan?
3. Bagaimana persepsi pemustaka terhadap kesesuaian unggahan yang disajikan pada panggung depan instagram dengan realitas kondisi di lapangan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka terdapat beberapa tujuan dari penelitian ini. *Pertama*, untuk memahami bagaimana proses pengelolaan kesan atau *impression management* yang dilakukan Perpustakaan Kota Yogyakarta melalui media sosial instagram dilihat dari perspektif dramaturgi. *Kedua*, untuk mengetahui strategi apa saja yang digunakan Perpustakaan Kota Yogyakarta dalam menampilkan unggahan pada media sosial instagram sebagai panggung depan. *Ketiga*, untuk mengetahui bagaimana persepsi pemustaka terhadap kesesuaian unggahan yang disajikan pada panggung depan instagram dengan realitas kondisi di lapangan.

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat untuk menambah informasi dan wawasan khususnya terkait bidang kajian yang diangkat dalam penelitian. Selain itu juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam ranah ilmu pengetahuan dan menambah wawasan baru kepada pembaca. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk masukan bagi institusi tempat penelitian dilaksanakan sesuai dengan tema penelitian yang diangkat.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran peneliti terhadap beberapa literatur kepustakaan, terdapat beberapa penelitian sebelumnya yang sejenis dan berkaitan dengan topik penelitian yang akan diteliti.

Pertama, penelitian tesis yang dilakukan oleh Cahyadi Indrananto dengan judul “Pemimpin Daerah Sebagai Agen: Dramaturgi Dalam Komunikasi Politik Walikota Solo Joko Widodo”.⁷ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh Jokowi untuk mengelola hubungan dengan masyarakat Solo yang dilihat dari dramaturgi, dan untuk mengetahui bagaimana Jokowi memanfaatkan strategi komunikasi politiknya untuk menjaga keseimbangan informasi dalam hubungan dirinya selaku agen dan masyarakat Solo selaku prinsipal dalam keagenan. Penelitian ini mendapati bahwa melalui sikap yang tidak selamanya konsisten dengan pemahaman dramaturgi, Jokowi melaksanakan berbagai strategi komunikasi politik untuk memitigasi ketidak-seimbangan informasi di kota Solo. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang hendak dilakukan adalah dari objek penelitian. Kesamaan dalam penelitian ini adalah pendekatan yang digunakan yakni pendekatan teori dramaturgi oleh Erving Goffman.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Tika Mutia dengan judul “Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Islam”.⁸ Penelitian ini

⁷ Cahyadi Indrananto, “Pemimpin Daerah Sebagai Agen: Dramaturgi Dalam Komunikasi Politik Walikota Solo Joko Widodo” (Jakarta, Universitas Indonesia, 2012).

⁸ Tika Mutia, “Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Islam,” *An-nida* 41, no. 2 (2017): 240–51.

bertujuan untuk dapat memberikan gambaran menyeluruh tentang fenomena penggunaan jejaring sosial instagram untuk mengelola kesan oleh Erving Goffman. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma interpretatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam jejaring sosial instagram, generasi milenial melakukan pengelolaan kesan dengan menampilkan panggung depan dengan sedemikian rupa melalui penampilan dan siap yang mengarah kepada *hiperrealitas*. Foto dan video yang telah diunggah menampilkan kesan bahwa mereka berkelas, mengikuti tren perkembangan teknologi dan sukses dalam profesi pekerjaan. Sementara di panggung belakang, para informan lebih memiliki penampilan dan sikap yang apa adanya dan hal tersebut bertolak belakang dengan keadaan di panggung depan. Adapun perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang hendak dilakukan adalah pada subjek, objek, dan lokasi penelitian. Persamaan yang muncul terletak pada penggunaan konsep teori dramaturgi oleh Erving Goffman dalam meninjau pengelolaan kesan (*impression management*) dalam penggunaan media sosial instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta.

Sedangkan perbedaan penelitian di atas dengan penelitian yang hendak dilakukan terletak pada objek yang diteliti, pada penelitian tersebut objek yang diteliti merupakan objek yang bersifat personal sementara dalam penelitian yang hendak diteliti objek merupakan suatu organisasi yang mana dalam pengelolaan kesannya melibatkan individu, dalam hal ini adalah pustakawan ataupun staf yang mengelola atau menjadi admin dari akun instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta. Dan perbedaan selanjutnya adalah pada lokasi

penelitian. Kesamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama menggunakan pendekatan teori dramaturgi Erving Goffman dan penggunaan media sosial instagram sebagai sarana pengelolaan kesan.

Ketiga, penelitian oleh Jane Cherry dan Philip Calvert dengan judul “Library Service as Theatre: Using Dramaturgy to Investigate Attitudes to The Retail and Professional Models of Service” dalam jurnal *Aslib Proceedings* Vol. 64 No. 2, 2012.⁹ Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap pustakawan terhadap model layanan ritel dan profesional, dan untuk mengetahui apa yang tidak disukai oleh pustakawan dari model ritel. Penelitian ini menggunakan tinjauan perspektif dramaturgi oleh Erving Goffman dan ditemukan hasil bahwa pustakawan berperilaku berbeda saat berada di depan panggung dan di belakang panggung, meskipun para pustakawan tidak mengungkapkan perbedaan yang mencolok antara sikap di depan panggung dan di belakang panggung. Sebagai contohnya yaitu para pustakawan memberikan beberapa komentar yang kurang menyenangkan tentang pelanggan mereka, para pustakawan menunjukkan ciri khas penolakan terhadap model ritel dalam komentar, serta bagaimana cara mereka mengekspresikan diri, yang mana hal tersebut terjadi di panggung belakang.

Persamaan penelitian di atas dengan penelitian yang hendak diteliti terletak pada penggunaan pendekatan yang digunakan, yaitu menggunakan perspektif dramaturgi Erving Goffman dan pada subjek kajian sama-sama

⁹ Jane Cherry dan Philip Calvert, “Library Service as Theatre: Using Dramaturgy to Investigate Attitudes to The Retail and Professional Models of Service,” *Aslib Proceedings* 64, no. 2 (2012): 201–214.

berlokasi di perpustakaan. Akan tetapi, yang menjadi pembedanya yakni dari objek yang diteliti, pada penelitian yang hendak diteliti yakni terfokus pada bagaimana pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan oleh Perpustakaan Kota Yogyakarta pada media sosial instagram yang berlaku sebagai wilayah depan atau panggung depan, dalam hal ini yakni pustakawan atau staf yang mengelola media sosial instagram yang dimiliki perpustakaan tersebut.

E. Kerangka Teoritis

1. Teori Dramaturgi

a. Dramaturgi Erving Goffman

Kajian mengenai dramaturgi dipopulerkan oleh Erving Goffman yang merupakan salah satu sosiolog yang paling berpengaruh pada abad 20. Goffman dilahirkan di Manville Alberta Canada, 11 Juni 1922 yang merupakan keturunan Yahudi.¹⁰ Ketika ia mengambil program magister di Universitas California, ia banyak dipengaruhi beberapa tokoh teoretisi interaksionisme simbolik yang saat itu menjadi arus utama kajian ilmu sosial di Amerika, seperti Herbert Mead, C. H. Cooley, dan W.I. Thomas. Istilah dramaturgi disajikan dalam salah satu bukunya yang paling monumental berjudul *The Presentation of Self in Everyday Life* yang terbit pada tahun 1959. Pemahaman mengenai dramaturgi Goffman dilandasi konsep Mead mengenai makna, bahasa dan pemikiran yang kemudian

¹⁰ Umiarso dan Elbadiansyah, *Interaksionisme Simbolik: Dari Era Klasik Hingga Modern* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), 248.

dirumuskan Blumer menjadi yang ia sebut sebagai interaksionisme simbolik.¹¹ Salah satu premis interaksionisme simbolik adalah bahwa makna muncul dari interaksi sosial yang merupakan proses interpretif dua arah, dan fokusnya adalah efek dari interpretasi terhadap orang yang tindakannya tengah diinterpretasikan.¹² Maka dari itu, selain tindakan seseorang merupakan produk dari cara mereka menafsirkan perilaku orang lain, interpretasi juga memberikan pengaruh kepada individu yang tindakannya diinterpretasikan tersebut.

Goffman memusatkan perhatian pada “urutan interaksi” yang melibatkan komponen struktur, proses dan produk interaksi sosial. Secara khusus Goffman memberikan penekanan pada sifat simbolik interaksi manusia dan pertukaran makna di antara orang-orang melalui simbol. Dalam hal ini Goffman berpendapat bahwa di dalam diri yang sama, terdapat pertentangan antara diri manusia yang secara spontan dan tuntutan sosialnya. Dan pertentangan semacam ini menuntut manusia untuk tidak ragu dalam melakukan apa yang diharapkan pada kita.¹³ Maka untuk memelihara tampilan yang tidak ragu tersebut, manusia dituntut untuk melakukan sebuah pertunjukan (*performance*) di hadapan khalayak umum. Hal inilah yang menjadi fokus Goffman dalam mengeksplorasi konsepnya menggunakan bingkai dramaturgi, yakni pandangan mengenai kehidupan

¹¹ Griffin, *A First Look at Communication Theory*, 4th ed. (Boston: McGraw-Hill Higher Education, 2000), 54.

¹² *Ibid*, 55.

¹³ Erving Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life* (New York: Doubleday Anchor Garden City, 1956), 10.

sosial sebagai serangkaian pertunjukan yang mirip atau serupa dengan pementasan drama di atas panggung.¹⁴

Dalam bukunya, Goffman menyebutkan bahwa:¹⁵

“The individual will have to act so that the intentionally or unintentionally expresses himself and the others will in turn have to be impressed in some way by him”

Berdasarkan kutipan di atas dapat dilihat bahwa masing-masing individu dapat bertindak secara sengaja atau tidak sengaja untuk mengekspresikan dirinya dan orang lain akan terkesan dengan ekspresi tiap individu tersebut. Selanjutnya Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi ini bersifat penampilan teateris. Goffman melihat persamaan antara pementasan teater dengan berbagai jenis yang individu atau masyarakat perankan dalam interaksi dan tindakan dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga Goffman berpendapat bahwa manusia merupakan sebagai aktor yang berusaha untuk menggabungkan keinginan dalam suatu “pertunjukan teater”. Realita kehidupan diumpamakan sebagai panggung sandiwara dan disana manusia memamerkan dan menyajikan kehidupannya. Jadi, layaknya aktor pada sebuah panggung, aktor sosial mempresentasikan diri, membawakan peran, mengasumsikan karakter, dan bermain melalui adegan-adegan termasuk ketika terlibat dalam interaksi dengan orang lain.

Goffman berpandangan bahwa makna dalam pendekatan dramaturgi bukan dari warisan budaya, sosialisasi, atau perwujudan dari potensi

¹⁴ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 106.

¹⁵ Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, 111.

psikologis maupun biologis. Namun, makna tersebut merupakan pencapaian problematik interaksi manusia yang penuh dengan perubahan, kebaruan dan kebingungan. Makna tersebut bersifat behavioral, berubah secara berkelanjutan, arbitrer, dan merupakan ramuan dari interaksi manusia.¹⁶ Maka fokus pendekatan dramaturgis adalah bukan apa yang orang lakukan, apa yang ingin mereka lakukan, atau mengapa mereka melakukan, melainkan bagaimana mereka melakukannya.¹⁷

Dalam mencapai tujuannya, menurut konsep dramaturgi manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Sama halnya dengan pertunjukan drama, seorang aktor kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Seperti penggunaan kata verbal (dialog), tindakan nonverbal, dan pemilihan *setting*.

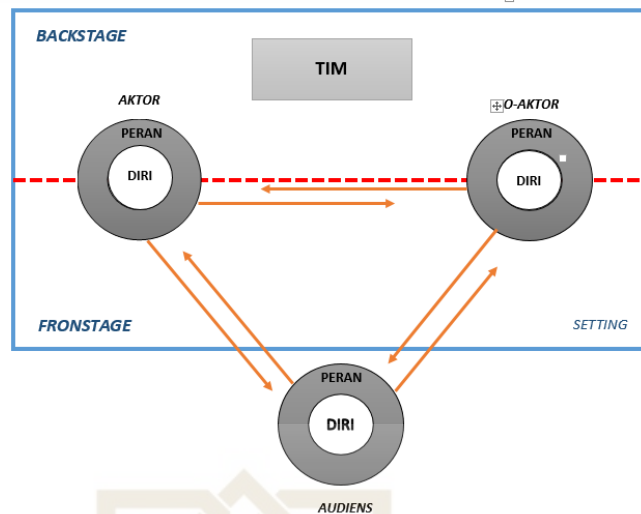
Maka dari itu, dapat dilihat bahwa fokus pendekatan dramaturgi bukanlah pada apa yang individu lakukan, apa yang ingin dilakukan, atau mengapa melakukannya, melainkan bagaimana mereka melakukannya.¹⁸

Secara garis besar, elemen-elemen dalam panggung dramaturgi Goffman dapat digambarkan sebagai berikut:

¹⁶ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 107.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 107.



Gambar 1. Model Pendekatan Dramaturgi Erving Goffman¹⁹

Selanjutnya teori dramaturgi pada akhirnya akan bermuara pada pengelolaan kesan (*impression management*).²⁰ Pengelolaan kesan seperti yang dilakukan oleh perpustakaan pada media sosial instagram sebagai wilayah depan disebut sebagai *impression management* dalam kajian dramaturgi Goffman. Setiap *setting* keadaan perpustakaan dimetaforakan dengan saat dimana suatu perpustakaan menjadi aktor yang menampilkan *performance* tertentu untuk memberikan kesan pada masyarakat. Terdapat tiga motivasi primer pengelolaan kesan menurut Argyle, yaitu keinginan untuk mendapatkan imbalan materi atau sosial, untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri, dan untuk mempermudah pengembangan identitas diri.²¹ Selain itu dalam konsep pengelolaan kesan yang disampaikan

¹⁹ Paul Hare dan Herbert Blumberg, *Dramatugical Analysis of Social Interaction* (New York: Praeger, 1988), 7.

²⁰ Mutia, "Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Islam", 244.

²¹ *Ibid.*

Goffman, kontribusi teori interaksionisme simbolik juga begitu terlihat jelas, terutama dalam hal menjabarkan berbagai macam pengaruh yang ditimbulkan dari penafsiran orang lain terhadap identitas atau citra diri individu maupun kelompok yang merupakan objek interpretasi, yang selanjutnya dijabarkan Goffman sebagai “keutuhan diri”.²² Dramaturgi ini merupakan suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan teori interaksionisme simbolik, dan dramaturgi diartikan untuk mempelajari manusia tentang bagaimana mereka memaknai arti adanya mereka dan lingkungan tempat berinteraksi demi memelihara eksistensi diri.

b. Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)

Pengelolaan kesan merupakan suatu usaha untuk menampilkan kesan yang disukai pada orang lain. Salah satu bentuk dari pengelolaan kesan adalah *self-enchancement strategic*, yakni usaha untuk meningkatkan penampilan melalui gaya berbusana, karisma diri, dan penggunaan berbagai atribut sehingga berusaha membuat deskripsi yang positif.

Goffman menggambarkan pengelolaan kesan dijelaskan dengan teori dramaturgis, dimana individu dalam menggunakan media bertindak sebagai pelaku pertunjukan teater. Kemudian Goffman berpendapat bahwa salah satu dasar interaksi sosial merupakan suatu komitmen saling timbal balik diantara pihak yang terlibat dalam satu *role* yang harus dimainkan.

²² *Ibid.*

Terdapat syarat-syarat yang perlu dipenuhi agar kesan yang diciptakan baik, diantaranya sebagai berikut²³ :

1) Penampilan muka (*proper front*)

Proper front yang dimaksud adalah penampilan yang menentukan presentasi diri dan muncul sebelum *audience*, juga diekspresikan secara khusus agar orang lain tahu dengan jelas pelaku. *Front* ini mencakup tiga aspek, yakni *setting* (meliputi *furniture*, dekorasi, layout fisik, dan latar belakang yang menyediakan pemandangan yang menggambarkan kebenaran yang akan ditampilkan), *personal front* (meliputi peralatan ekspresif lain seperti pakaian, jenis kelamin, ras, usia, pola bicara, mimik muka, sikap tubuh, dll), serta *appearance* dan *manner*.

2) Keterlibatan dalam peran

Hal ini merupakan suatu hal yang harus dimiliki individu sebagai aktor. Dalam hal ini, aktor harus terlibat penuh dalam peran yang ia mainkan, karena ketika ia terlibat penuh dalam perannya maka hal tersebut akan mempermudah dirinya dalam bersungguh-sungguh menghayati peran.

3) Mewujudkan idealisasi harapan orang lain tentang peran yang dimainkan

4) *Mystification*

Bahwa kebanyakan peran menuntut pemeliharaan jarak sosial tertentu antara aktor dan orang lain.

²³ Tri Dayakisni dan Hudaniyah, *Psikologi Sosial* (Malang: UMM Press, 2009), 66.

Untuk menangkap perilaku pengelolaan kesan yang luas maka Jones dan Pittman mengembangkan klasifikasi untuk mengetahui hal tersebut dan telah diteliti pada penelitian sebelumnya. Mereka mengidentifikasi 5 jenis strategi pengelolaan kesan yang sering digunakan oleh sebagian besar orang. Diantaranya adalah sebagai berikut:²⁴

1) *Ingratiation*

Ingratiation ini merupakan strategi membuat salah satu karakteristik yang paling menonjol untuk menciptakan kesan yang dapat disukai oleh banyak orang. Tujuan dari strategi ini tidak lain adalah supaya aktor dipersepsikan sebagai orang yang menyenangkan atau menarik.

2) *Intimidation*

Strategi ini digunakan untuk menimbulkan rasa takut dan strategi ini merupakan strategi yang “power-oriented”. Terdapat dua cara yang dapat digunakan melalui strategi ini, diantaranya adalah:

- a) *Threats*. Berupa ancaman baik itu secara lisan maupun tulisan.
- b) *Anger*. Aktor dapat memperlihatkan kemarahannya baik melalui kata-kata, ekspresi wajah, atau sikap yang menunjukkan bahwa ia sedang marah.

²⁴ Mark C. Bolino dan William H Turnley Measuring, “Impression Management in Organization: A Scale Development Based on The Jones and Pittman Taonomy,” *SAGE Publication* 2, no. 2 (1999): 187–206.

3) *Self Promotion*

Aktor akan menggunakan strategi ini supaya ia nampak berkompeten atau memiliki keahlian pada tugas maupun hal tertentu. Strategi ini digunakan karena kemampuan yang dimiliki oleh aktor maupun suatu pencapaiannya ingin dilihat, sehingga orang yang melihat akan timbul kesan bahwa sang aktor merupakan seseorang yang berkompeten. Pada strategi *self promotion* ini terdapat cara yang dapat dilakukan oleh aktor, diantaranya adalah:

- a) *Performance claims*. Aktor akan melakukan pernyataan secara langsung atas kemampuan dan performanya ataupun sesuatu yang dimilikinya.
- b) *Performance accounts*. Aktor akan memperlihatkan atau menunjukkan hal-hal disekitar seperti hasil usahanya untuk mempromosikan kemampuannya.

4) *Exemplification*

Strategi ini diproyeksikan pada penghargaan yang bersifat pada kejujuran dan moralitas. Biasanya aktor akan mempresentasikan dirinya sebagai orang yang jujur, disiplin, baik hati, dan dermawan. Strategi ini digunakan untuk menciptakan kesan bahwa aktor merupakan orang yang memiliki moral tinggi. Beberapa hal yang dapat dilakukan dengan strategi ini diantaranya adalah:

- a) *Self Denial*. Aktor melakukan pengorbanan untuk suatu hal yang besar.

b) *Helping*. Aktor akan menunjukkan kepedulian dengan menolong orang lain.

c) *Militancy*. Aktor akan berusaha membuat dirinya seakan-akan layak menjadi contoh untuk banyak orang.

5) *Supplication*

Strategi ini digunakan dengan cara memperlihatkan kelemahan maupun merendahkan diri melalui kesederhanaan agar aktor mendapatkan simpati atau pertolongan. *Supplication* juga disebut sebagai jalan terakhir dalam strategi *impression management*. Terdapat 2 cara yang biasa dilakukan pada strategi ini, yaitu:

a) *Self Deprecation*. Yakni aktor akan menunjukkan bahwa dirinya lemah dan tidak berdaya terhadap kondisi yang tengah ia alami seakan-akan ia perlu untuk dikasihani.

b) *Entreaties for help*. Aktor akan secara terang-terangan untuk meminta bantuan.

c. **Pertunjukan: Panggung Depan dan Panggung Belakang**

Goffman berpendapat bahwa kehidupan ini diibaratkan seperti teater, dengan interaksi yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung, dan berisi berbagai peran yang dimainkan oleh para aktor.²⁵ Salah satu komponen penting pada tahap awal pertunjukan adalah pemilihan lokasi aksi atau yang biasa disebut dengan panggung, yang kemudian Goffman

²⁵ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 114.

mendefinisikan panggung tersebut sebagai satu area yang terbatas oleh bentuk persepsi tertentu.²⁶ Pemilihan panggung ini juga merupakan tahap yang krusial agar terciptanya kesuksesan sebuah pertunjukan dramaturgi, karena lokasi yang dipilih dapat memberikan indikasi mengenai waktu dan suasana pertunjukan.²⁷

Selanjutnya Goffman membagi wilayah pertunjukan menjadi dua wilayah, yakni panggung depan atau wilayah depan (*front region*) dan panggung belakang atau wilayah belakang (*back region*).²⁸ Pada *front region* hal yang dirujuk adalah peristiwa atau kejadian sosial yang memungkinkan individu bergaya atau menampilkan peran formal yang dimilikinya, sebagaimana mereka sedang memainkan satu peran di atas panggung. Sedangkan *back region* merujuk pada tempat maupun peristiwa yang memungkinkan aktor melakukan peran untuk ditampilkan pada *front region*. Jika dikaitkan dengan aspek pada pertunjukan sang aktor, maka aspek yang tidak disembunyikan menurut Goffman disebut sebagai *front region*, sementara aspek yang ingin disembunyikan disebut sebagai *back region*. Dengan kata lain, *back region* dapat didefinisikan sebagai kawasan yang tidak menyembunyikan impresi yang dimunculkan aktor, tetapi justru diperlihatkan secara terbuka.²⁹ Namun, baik *front region* maupun *back region* tidak selalu merujuk pada suatu tempat fisik yang tetap.

²⁶ Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, 66.

²⁷ Allison Kay Medlin, "Bargain Theater: A Dramatugical Analysis of a Flea Market" (Auburn, Auburn University, 2008).

²⁸ Goffman, *The Presentation of Self in Everyday Life*, 69.

²⁹ Medlin, "Bargain Theater: A Dramatugical Analysis of a Flea Market.", 43.

Lebih lanjut lagi, Goffman membagi *front region* menjadi *set panggung (setting)* dan perangkat pribadi (*personal front*). *Setting* merupakan atribut fisik atau suasana panggung yang harus ada bagi aktor untuk melakukan pertunjukan.³⁰ Pada perpustakaan, *setting* mencakup pelbagai hal seperti komputer, printer, buku, rak buku, meja, kursi, meja layanan, lemari loker, dan lain-lain. Pengaturan tertentu ditujukan untuk jenis pertunjukan tertentu, seperti layanan referensi dan sirkulasi.³¹ Sementara *personal front* merupakan perangkat ekspresif yang membuat *audiens* dapat mengidentifikasi aktor, seperti peralatan dan pakaian. Selain itu, *personal front* juga merujuk pada hal-hal yang berkaitan dengan penampilan, seperti kewajiban sosial dan prestasi sang aktor, serta tingkah laku seperti tata krama, perilaku yang disampaikan kepada *audiens*, kesopanan, dan lain sebagainya.³² Kaitannya dengan perpustakaan, yang menjadi *personal front* disini tercakup ke dalam apa yang ada pada pustakawan, dan hal tersebut tidak hanya mencakup pakaian, tetapi atribut fisik lain seperti jenis kelamin, usia, penampilan, ucapan, ekspresi, wajah, dan gerak tubuh yang berkaitan dengan pustakawan saat di perpustakaan.³³

Selanjutnya wilayah belakang (*back region*), ialah penyembunyian fakta yang sesungguhnya dari aktor. Wilayah ini merupakan tempat untuk

³⁰ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 114.

³¹ Brian Quinn, "A Dramaturgical Perspective on Academic Libraries," *Texas Tech University*, (2007), 9.

³² Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 114.

³³ Quinn, "A Dramaturgical Perspective on Academic Libraries.", 9.

individu atau tim mempersiapkan perannya di wilayah depan, wilayah ini juga disebut sebagai panggung belakang (*back stage*). Di tempat ini dilakukan semua kegiatan secara tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan penampilan yang ada pada panggung depan. Apa yang tampak di depan tidak harus merupakan yang terjadi di belakang. Selain itu, pada wilayah belakang ini juga disebut sebagai dunia yang tersembunyi. Secara residual, seseorang akan menjadi dirinya sendiri sehingga akan terjadi jarak peran yang dimainkan oleh seseorang dengan konstruksi penonton. Di wilayah belakang inilah seseorang akan menemukan dunianya sendiri bukan dunia orang lain.³⁴

Pada dunia perpustakaan, hal yang tercakup pada wilayah belakang dapat berupa kegiatan seperti duduk di belakang meja referensi maupun sirkulasi dan mengetik di komputer. Selain itu, biasanya ada banyak hal yang tercakup dalam wilayah belakang perpustakaan, termasuk area layanan teknis seperti katalog, akusisi, dan otomasi, area atau ruangan yang menjadi kantor bagi para pustakawan atau staf perpustakaan, ruang istirahat, dan toilet staf.³⁵ Jika dilihat secara eksplisit, banyak dari area-area tersebut diberi label yang bertuliskan “hanya staf”, yang menunjukkan bahwa area tersebut merupakan area terlarang bagi pengguna perpustakaan. Bagian depan perpustakaan cenderung bersih, nyaman, dan ditata dengan apik, namun hal

³⁴ Nur Syam, *Agama Pelacur: Dramaturgi Transdental* (Yogyakarta: LKiS, 2010), 182.

³⁵ Quinn, “A Dramaturgical Perspective on Academic Libraries.”, 21.

tersebut terkadang kontras dengan bagian belakang yang mungkin tidak teratur, berdebu, dan terdapat furnitur serta peralatan lama.³⁶

Satu hal penting dari pendekatan dramaturgi adalah bahwa sang aktor pada umumnya ingin menyajikan diri mereka secara ideal. Oleh karena itu, aktor cenderung merasa perlu untuk menyembunyikan sebagian aspek dari diri mereka dari *audiens* saat pertunjukan berlangsung. Selanjutnya setidaknya ada dua metode idealisasi dalam dramaturgi terkait pertunjukan. Metode pertama adalah berupaya menyampaikan kesan bahwa para aktor memiliki hubungan yang lebih baik dari yang sebenarnya kepada *audiens*, dan menunjukkan bahwa pertunjukan tersebut adalah satu-satunya atau penampilan terbaik yang aktor pernah tampilkan.³⁷ Metode yang kedua adalah saat aktor juga menciptakan mistikasi. Dengan metode ini aktor menciptakan jarak sosial untuk memancing rasa kekaguman dari *audiens*, yang pada gilirannya dapat membuat *audiens* tidak meragukan lagi pertunjukan dari sang aktor.³⁸

Selanjutnya Goffman juga berpendapat bahwa dalam mengkonstruksi penampilan untuk memenuhi tuntutan setiap perjumpaan sosial, individu merupakan komponen yang mengelola seluruh rangkaian peran dan diri sosial tersebut.³⁹ Akun instagram milik Perpustakaan Kota

³⁶ *Ibid.*

³⁷ Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, 116.

³⁸ *Ibid.*, 119.

³⁹ Timothy Clark dan Graeme Salaman, "Creating the 'right' impression: Towards a drama of dramaturgy of management consultancy," *Service Industries Journal* 18, no. 1 (1998), 7.

Yogyakarta tidak terlepas dari pustakawan atau staf dalam pengelolaannya. Hal tersebut menjadi suatu komponen penting dalam pengelolaan kesan yang ditampilkan pada media sosial instagram yang dimiliki Perpustakaan Kota Yogyakarta sebagai panggung depan.

2. Instagram

Saat ini sosial media sudah semakin berkembang pesat dan semakin banyak jenis aplikasi yang ditawarkan. Saat ini penggunaan sosial media bukan hanya terbatas pada pemenuhan kebutuhan komunikasi seperti bertukar kabar dengan sanak saudara atau teman, tetapi sudah masuk ke ranah pemenuhan kebutuhan sehari-hari seperti menggantikan kehadiran penggunanya di dunia maya.

Salah satu media sosial yang saat ini ada dan diminati banyak masyarakat adalah instagram. Instagram ini didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di San Fransisco, California, dan secara resmi diluncurkan 2010. Instagram merupakan aplikasi yang mengkombinasikan antara kamera instan dan telegram.⁴⁰ Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk membagikan foto dan video ke para pengikut pengguna aplikasi.⁴¹ Instagram pertama kali diawali dengan menyediakan fungsi untuk mengedit dan berbagi foto, kemudian ditambahkan fungsi untuk berbagi video dan pesan dalam bentuk foto langsung ke pengguna lain. Dan instagram memungkinkan pengguna untuk mengambil

⁴⁰ Ines Amaral, "Instagram," dalam *The SAGE Encyclopedia of Economics and Society* (Thousan Oaks: SAGE Publication, 2016): 2.

⁴¹ Dubovik O., "Instagram as Instrument of Marketing" (Majesty of Marketing, Dnipropetrovsk: National Mining University, 2013), 39.

foto atau video di mana saja, kapan saja, dan membagikannya kepada pengikut secara luas di dunia maya.⁴²

Begitu pula dengan instagram, kemunculannya beberapa tahun ke belakang yang memiliki daya tarik yang tinggi terutama dalam menyalurkan hobi penggunanya dalam bidang fotografi dan videografi, menjadikan instagram begitu populer. Kebutuhan dan kepuasan dalam media tersebut pun berbeda-beda. Ada beberapa kategori motif pengguna dalam menggunakan instagram menurut pendapat McQuail, Blumer dan Brown, diantaranya adalah:⁴³

- a. Informasi (*surveillance*), yaitu informasi mengenai berbagai hal yang mungkin dapat mempengaruhi seseorang atau akan membantu seseorang untuk melakukan sesuatu.
- b. Identitas pribadi (*personal identity*), yaitu penguatan nilai, penambah keyakinan, pemahaman diri, eksplorasi realitas, dan sebagainya.
- c. Hubungan personal (*personal relationship*), yaitu manfaat informasi dalam percakapan dan pengganti media untuk pertemanan.
- d. Pengalihan (*diversion*), yaitu sebagai pelarian dari rutinitas dan masalah, serta bisa juga sebagai pelepasan emosi.

Pengguna aktif instagram dari masyarakat Indonesia, berdasarkan laporan dari NapoleonCat yang merupakan salah satu perusahaan analisis Sosial Media Marketing yang berbasis di Polandia, dilansir dalam useetv,

⁴² N.P. Jadhav, R.S. Kamble, dan M.B. Patil, "Social Media Marketing: The Next Generation Of Business Trends," *IOSR Journal of Computer Engineering (IOSR-JCE)*, t.t., 45–49.

⁴³ W.J. Severin dan J.W. Tankard, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di dalam Media Massa* (Jakarta: Kencana, 2008), 356.

hingga bulan Mei 2020 jumlah pengguna instagram di Indonesia mencapai 69.270.000 akun. Dengan jumlah tersebut, artinya Indonesia menyumbang pengguna instagram sebanyak 25,3% dari seluruh populasi masyarakat Indonesia.⁴⁴

Fenomena tersebut juga dimanfaatkan oleh berbagai instansi yang ada di Indonesia, salah satunya perpustakaan. Sudah banyak perpustakaan di Indonesia yang memanfaatkan akun instagram baik itu sebagai sarana promosi, penyampaian informasi yang berkaitan dengan layanan perpustakaan, dan lain sebagainya. Salah satu perpustakaan yang memanfaatkan akun instagram adalah Perpustakaan Kota Yogyakarta. Berdasarkan pengamatan peneliti, akun instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta dengan *username* @puskotjogja cukup aktif dalam mengunggah berbagai kegiatan yang dilaksanakan perpustakaan, informasi mengenai layanan yang disediakan, informasi mengenai layanan baru, dan lain sebagainya. Jika dibandingkan dengan media sosial lain yang dimiliki oleh Perpustakaan Kota Yogyakarta, instagram termasuk media sosial yang terbilang paling aktif dipakai. Hal ini juga yang menjadi alasan mengapa peneliti memilih instagram sebagai media yang dipakai dalam penelitian.

3. Perpustakaan Umum

Perpustakaan umum merupakan perpustakaan yang diselenggarakan oleh dana umum dengan tujuan melayani umum. Perpustakaan umum memiliki karakteristik mendasar bahwa umumnya didukung oleh pajak dan diatur oleh

⁴⁴ Uzone.id, "Total Pengguna Instagram di Indonesia Hingga Mei 2020."

sebuah badan untuk melayani kepentingan pelayanan umum dan perpustakaan ini terbuka untuk semua anggota masyarakat umum.

Selain itu terdapat beberapa pendapat lain yang mana perpustakaan umum adalah perpustakaan yang didanai dari sumber yang berasal dari masyarakat seperti pajak dan retribusi, yang kemudian dikembalikan kembali pada masyarakat dalam bentuk layanan.⁴⁵ Selanjutnya suatu perpustakaan umum menyediakan akses yang tidak terbatas kepada sumber daya perpustakaan dan layanan gratis kepada warga masyarakat di daerah atau wilayah tertentu, yang didukung penuh atau sebagian dari dana masyarakat.⁴⁶

Dari beberapa pendapat yang telah disebutkan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa perpustakaan umum memberikan kesempatan dan kebebasan kepada seluruh kalangan masyarakat untuk mencari dan memperoleh informasi dan ilmu pengetahuan. Serta perpustakaan umum didanai dari sumber pendanaan yang berasal dari masyarakat seperti pajak dan retribusi tanpa membedakan latar belakang, status sosial, agama, pendidikan, dan sebagainya, yang selanjutnya kembali pada masyarakat dalam bentuk layanan.

Selanjutnya perpustakaan umum didirikan dengan tujuan untuk melayani kebutuhan masyarakat akan informasi secara menyeluruh di daerah tertentu. Melalui perpustakaan umum ini diharapkan dapat memberi wawasan pengetahuan masyarakat karena perpustakaan umum mempunyai tugas

⁴⁵ Sulistyono-Basuki, *Pengantar Ilmu Perpustakaan* (Jakarta: Gramedia Pustaka, 1993), 38.

⁴⁶ Jone, 2009, 77.

tersendiri yang ikut serta berusaha untuk mencerdaskan rakyat dengan pelayanan informasi.⁴⁷

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan tesis ini ialah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang dan perilaku yang diamati.⁴⁸ Pada penelitian kualitatif, ditekankan sejauh mana kemampuan peneliti mengungkapkan sejauh mana fenomena dan yang menjadi instrumen atau alat dalam penelitian adalah peneliti itu sendiri.⁴⁹

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ialah pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif sendiri merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Pendekatan kualitatif digunakan untuk menggali informasi secara mendalam terkait dengan masalah penelitian.⁵⁰ Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan strategi ini guna membaca fenomena yang terjadi di lapangan.

⁴⁷ Pudji Mulyono, "Peran Perpustakaan Umum dalam Meningkatkan Kualitas Masyarakat Pengguna: Kasus di DKI Jakarta," *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, no. 067 (2007): 653.

⁴⁸ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993), 3.

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2010), 14.

⁵⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta, 2012), 1.

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Perpustakaan Kota Yogyakarta, Jalan Suroto, No.9, Kotabaru, Kec. Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55224.

3. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian merupakan hal, benda, atau orang pada tempat data untuk variabel penelitian.⁵¹ Sementara objek penelitian adalah inti problematika dari suatu penelitian.⁵²

Adapun yang menjadi subjek dalam penelitian ini adalah Perpustakaan Kota Yogyakarta, sementara yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah proses pengelolaan kesan melalui media sosial instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta (@puskotjogja) dilihat berdasarkan perspektif dramaturgi Erving Goffman, yang tercakup ke dalam dua aspek, yakni wilayah depan (*front region*) dan wilayah belakang (*back region*). Serta peneliti juga menyajikan persepsi menurut pemustaka terkait hal tersebut, dalam artian bagaimana keadaan yang sebenarnya dengan apa yang ditampilkan pada media sosial instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta.

4. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang digunakan dan diperlukan untuk mengumpulkan data. Pada penelitian kualitatif yang menjadi instrumen

⁵¹ Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 172.

⁵² *Ibid*, 161.

utama dalam penelitian adalah peneliti itu sendiri atau orang lain yang membantu peneliti. Pengumpulan data yang dapat dilakukan peneliti diantaranya yaitu dengan cara bertanya, mendengar, meminta dan mengambil. Selain itu, peneliti juga dapat meminta bantuan orang lain untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian.⁵³

5. Jenis dan Sumber Data

Dalam melakukan penelitian, peneliti membagi kedalam dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data utama yang berupa kata-kata atau tindakan orang-orang yang diamati.⁵⁴ Data diperoleh langsung dari informan melalui wawancara secara mendalam dengan pustakawan, dan informan yang dipilih berdasarkan kriteria yang sesuai dan telah ditentukan oleh peneliti.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data kedua atau tambahan yang berkaitan dengan penelitian. Data dapat diperoleh melalui buku, majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi.⁵⁵ Dalam hal ini, peneliti melakukan penelusuran terhadap dokumen-dokumen yang dianggap relevan dengan penelitian sehingga dapat mendukung maupun memperkuat penelitian yang dilakukan.

⁵³ Afrizal, *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu* (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014), 134.

⁵⁴ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), 170.

⁵⁵ *Ibid.*

6. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara.⁵⁶ Dalam penelitian ini metode wawancara yang digunakan adalah wawancara semi standar (*semistandarized interview*) yaitu *interviewer* membuat garis besar pokok-pokok pembicaraan, namun dalam proses pelaksanaannya *interviewer* mengajukan pertanyaan secara bebas, pokok-pokok pertanyaan yang dirumuskan tidak perlu dipertanyakan secara berurutan dan pemilihan kata-katanya juga tidak baku tetapi dimodifikasi pada saat wawancara berdasarkan situasinya.⁵⁷ Dalam hal ini, peneliti berpedoman pada pedoman wawancara untuk menggali data, namun mengutarakan pertanyaan secara terbuka, fleksibel, namun tetap berusaha untuk tetap fokus pada konteks pertanyaan agar tidak melebar maupun keluar dari arah pembicaraan. Mekanisme saat melakukan wawancara yaitu penulis membawa instrumen sebagai pedoman dalam wawancara, juga dibantu dengan alat-alat yang dapat merekam suara yakni *smartphone*, gambar, brosur atau material lain yang memiliki unsur informasi yang dapat membantu dalam pelaksanaan wawancara.⁵⁸

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, 194.

⁵⁷ Djamán Satori dan Aan Komarah, *Metodologi...*, 135.

⁵⁸ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, 138.

Dalam penelitian ini, yang dijadikan sebagai informan untuk mengetahui bagaimana pengelolaan kesan yang akan ditampilkan pada akun instagram @puskotjogja adalah pustakawan ataupun staf Perpustakaan Kota Yogyakarta yang menjadi admin dari akun instagram @puskotjogja, yang terdiri dari 3 orang, yakni informan BIW, SIP., selaku Kepala Seksi Data dan Informasi Perpustakaan, IY, SIP., selaku pustakawan, dan SM, A. Md. Kom., selaku Staf Seksi Data dan Informasi Perpustakaan. Selain itu, peneliti akan melakukan wawancara terhadap pemustaka yang berkunjung ke perpustakaan mengenai persepsi mereka terhadap apa yang ditampilkan pada akun instagram @puskotjogja dengan keadaan sebenarnya di lapangan.

b. Observasi

Observasi atau bisa disebut juga dengan pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra. Observasi dilakukan untuk mendapatkan gambaran dan tingkah laku yang utuh mengenai subjek yang diteliti.⁵⁹ Selanjutnya, Sutrisno Hadi dalam Sugiyono mengemukakan bahwa observasi merupakan proses kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua yang terpenting adalah pengamatan dan ingatan. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁶⁰

⁵⁹ Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, 199.

⁶⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Manajemen* (Bandung: Alfabeta, 2013), 235.

Dalam observasi yang dilakukan, peneliti berkedudukan sebagai pengamat dengan jalan mengamati kegiatan yang berlangsung dengan seksama dan mencatat apapun fenomena yang terjadi saat melakukan penelitian di lingkungan Perpustakaan Kota Yogyakarta. Pada observasi ini, peneliti menggunakan jenis observasi langsung. Dalam hal ini, peneliti sebagai *complete observer* yang langsung mengamati kondisi, aktivitas serta fenomena yang terjadi di Perpustakaan Kota Yogyakarta.

c. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan pelengkap dari metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁶¹ Dalam penelitian ini peneliti menelaah dokumen-dokumen yang berkaitan dengan konsep pengelolaan kesan (*impression management*), dramaturgi, peraturan atau kebijakan perpustakaan mengenai pengelolaan akun media sosial, serta dokumen lain yang dianggap dapat melengkapi data penelitian.

7. Uji Validitas Data

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh penulis.⁶² Untuk pengujian validitas data dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi diartikan sebagai teknik pemeriksaan data yang

⁶¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)* (Bandung: Alfabeta, 2013), 196.

⁶² Iwan Prasetyo, *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Depok: Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Indonesia, 2007), 59.

memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data.⁶³

Terdapat tiga jenis triangulasi, yaitu triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh dari lapangan melalui beberapa sumber. Selanjutnya triangulasi teknik yaitu mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda, dan teknik triangulasi waktu yaitu melakukan pengecekan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi atau teknik lain dalam waktu yang berbeda.⁶⁴

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis teknik triangulasi yaitu triangulasi sumber dan triangulasi teknik:

- a. Triangulasi sumber, data yang diperoleh dengan cara wawancara kepada informan satu, kemudian pertanyaan yang sama dilakukan kepada informan yang lainnya. Dalam hal ini, informan yang dimaksud adalah pustakawan atau staf yang mengelola akun media sosial instagram Perpustakaan Kota Yogyakarta.
- b. Triangulasi teknik, penulis menggunakan pengumpulan data yang berbeda-beda yakni dari observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi untuk mendapatkan data dari sumber yang sama.

8. Teknik Analisis Data

⁶³ Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, 178.

⁶⁴ Anis Fuad dan Kandung Sapto Nugroho, *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), 66.

Analisis data merupakan upaya yang dilakukan untuk mengklasifikasi dan mengelompokkan data. Semua data yang telah terkumpul melalui hasil observasi, wawancara dan dokumentasi, data tersebut diolah dan dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode deskriptif kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.⁶⁵ Proses analisis data pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Reduksi Data

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan di lapangan. Pada langkah ini peneliti mencatat peristiwa yang ada di lapangan berupa catatan lapangan, kemudian diberi kode sehingga sumber data dapat ditelusuri. Dalam prosesnya, peneliti mencari data yang benar-benar valid. Jika kebenaran data disangsikan, peneliti akan mengecek ulang dengan informan lain yang dirasa lebih mengetahui.

b. Penyajian Data

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa yang dimaksud penyajian data adalah menyajikan sekumpulan informasi yang tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.⁶⁶ Dalam tahap ini peneliti melakukan penyajian data secara sistematis, agar lebih mudah dipahami interaksi bagian-bagiannya dalam

⁶⁵ Basrowi Supraogo dan Tobroni, *Metodologi Penelitian Sosial Agama* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003), 193.

⁶⁶ *Ibid*, 194.

konteks yang utuh tidak terlepas satu sama lain. Dalam proses ini data diklasifikasikan berdasarkan tema-tema inti.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya hingga validitasnya terjamin.⁶⁷ Dalam tahap ini, peneliti membuat rumusan proposi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, kemudian dilanjutkan dengan mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada. Langkah selanjutnya yaitu melaporkan hasil penelitian lengkap dengan temuan yang didapat dari hasil observasi, wawancara dan dokumentasi.

Selanjutnya untuk menjawab permasalahan pada penelitian ini, penulis menggunakan model analisa piramida terbalik. Di mana untuk menjawab mengenai pengelolaan kesan (*impression management*), penulis mula-mula menjabarkan bagaimana proses pengelolaan kesan pada media sosial instagram yang dilakukan oleh para admin, dalam hal ini yakni pustakawan atau staf yang bertugas. Pisau analisis yang digunakan untuk menjabarkan hal ini adalah dua objek pengamatan yakni bagaimana saja hal yang terjadi di wilayah belakang (*back region*) baik itu kegiatan yang dilaksanakan perpustakaan, kondisi sebenarnya di perpustakaan, persiapan dan lain sebagainya yang tidak dinampakkan pada media sosial, dan apa yang ditampilkan pada wilayah depan (*front region*) media sosial instagram

⁶⁷ *Ibid*, 210.

Perpustakaan Kota Yogyakarta. Serta penulis menjabarkan data berdasarkan hasil wawancara terhadap pemustaka mengenai persepsi apa yang ditampilkan pada media sosial instagram dengan kondisi sebenarnya di lapangan. Setelah dibedah, selanjutnya data diinterpretasi untuk menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah.

G. Sistematika Pembahasan

Bab 1 merupakan bagian pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang masalah, selanjutnya dari latar belakang masalah tersebut dirumuskan menjadi dua rumusan masalah yang akan dicari jawabannya. Kemudian dipaparkan juga tujuan dan manfaat penelitian dan peneliti memaparkan tiga penelitian terdahulu untuk mengetahui perbedaan serta persamaan penelitian yang hendak dilakukan dengan penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Peneliti juga memaparkan kerangka teori yang akan digunakan sebagai landasan untuk melakukan penelitian. Pada bagian akhir bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek dan objek penelitian, instrumen penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, teknik analisis data, dan uji keabsahan data.

Bab 2 dalam tesis ini akan membahas mengenai gambaran umum Perpustakaan Kota Yogyakarta yang menjadi lokasi penelitian seperti profil, sejarah, organisasi, dan hal lainnya yang berkaitan dengan lokasi penelitian.

Bab 3 tesis ini akan memaparkan fokus subjek penelitian yang akan menjawab permasalahan rumusan masalah pertama yakni mengenai proses

pengelolaan kesan Perpustakaan Kota Yogyakarta melalui media sosial instagram dengan menggunakan kajian dramaturgi.

Bab 4 pada tesis ini memaparkan hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah kedua yakni mengenai strategi apa saja yang digunakan Perpustakaan Kota Yogyakarta dalam unggahan yang disajikan pada media sosial instagram selaku panggung depan.

Bab 5 berisi mengenai pemaparan yang menjawab rumusan masalah ketiga yakni persepsi oleh para pemustaka mengenai kesesuaian terhadap unggahan yang disajikan pada media sosial instagram dengan realitas kondisi perpustakaan di lapangan.

Bab 6 yang merupakan bagian akhir tesis ini, akan membahas mengenai kesimpulan dari hasil penelitian secara mendalam berdasarkan dari rumusan masalah yang terdapat dalam tesis ini.

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, pengelolaan kesan (*impression management*) Perpustakaan Kota Yogyakarta terbentuk dalam beberapa hal. *Pertama*, pada proses pengelolaan kesan (*impression management*) terdapat pemilihan *username* media sosial instagram dengan nama @puskotjogja, hal ini dikarenakan nama tersebut merupakan nama kependekan, sebutan atau *nickname* dari Perpustakaan Kota Yogyakarta dan nama tersebut dianggap sudah tidak asing lagi terdengar oleh khalayak masyarakat khususnya masyarakat yang berada di wilayah Kota Yogyakarta. Selain itu, pemilihan foto profil yang digunakan pada saat penelitian berlangsung dikarenakan pihak perpustakaan tengah ikut serta dalam memperingati hari ulangtahun Kota Yogyakarta yang kemudian dipadukan dengan *icon* perpustakaan. Pemilihan *bio* yang dicantumkan pada media sosial instagram @puskotjogja juga merupakan kreatifitas admin yang mencantumkan nama dinas perpustakaan dalam bahasa inggris untuk mengenalkan jikalau ada orang asing yang melihat akun instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta. Sehingga pelbagai hal tersebut dilakukan untuk memberikan penegasan terhadap diri perpustakaan yang ditampilkan pada media sosial. Selanjutnya persiapan yang dilakukan oleh Perpustakaan Kota Yogyakarta pada panggung belakang terwujud dalam bentuk mempersiapkan bahan unggahan baik foto maupun video dengan menggunakan *handphone* maupun kamera. Beragam

foto didapatkan dari pengelola media sosial instagram yang mengambil momen kegiatan yang berlangsung di perpustakaan dan juga dari para rekan pustakawan yang mengirimkan pada grup *whatsapp* sebagai laporan. Serta foto tersebut diambil dengan cara meminta izin kepada pemustaka. Selain itu, untuk menampilkan video yang memang ditujukan untuk mempromosikan, terdapat persiapan seperti pemilihan aktor dan pemberian skenario. Untuk pemilihan foto yang ditampilkan, sejauh ini Perpustakaan Kota Yogyakarta tidak ada penggunaan *feed*, *background* atau *layout* tertentu, kecuali untuk unggahan yang bersifat seperti ucapan peringatan hari besar atau peringatan yang lainnya, alasannya dikarenakan agar foto lebih natural dan lebih *colorfull* dan pihak perpustakaan hanya mencantumkan *watermark* pada setiap unggahan sebagai penanda bahwa unggahan tersebut merupakan infografis milik Perpustakaan Kota Yogyakarta. Serta mereka memakai bahasa yang *friendly* pada setiap *caption* unggahan untuk mendapatkan kesan yang dinamis terhadap perpustakaan dari para pemustaka.

Kedua, terdapat strategi yang digunakan dalam setiap unggahan yang ditampilkan pada media sosial instagram @puskotjogja selaku panggung depan sepanjang tahun 2020. Dari lima strategi *impression management* yang diusulkan oleh Jones dan Pittman, yang terdiri dari *ingratiation*, *intimidation*, *self-promotion*, *exemplification*, dan *supplication*, Perpustakaan Kota Yogyakarta menggunakan kelima strategi tersebut meskipun tidak semua taktik digunakan. Diantara kelima strategi tersebut, strategi yang terlihat paling banyak digunakan adalah strategi *ingratiation* dan *self promotion*, dimana strategi tersebut merupakan strategi yang berfokus untuk menonjolkan kelebihan yang dimiliki oleh individu maupun

kelompok. Dan pada panggung depan instagram milik Perpustakaan Kota Yogyakarta, terlihat bahwa pihak perpustakaan berusaha menampilkan sisi terbaik dari perpustakaan. Berdasarkan hal tersebut, pihak Perpustakaan Kota Yogyakarta yang dominan menggunakan strategi *ingratiation* dan strategi *self promotion* berusaha untuk menampilkan sisi terbaik perpustakaan agar terciptanya kesan yang baik dimata para pemustaka atau para pengikut melalui akun media sosial instagram sebagai panggung depan.

Ketiga, pandangan menurut para pemustaka terhadap panggung depan instagram @puskotjogja sebagian besar berpendapat bahwa tampilan yang mereka miliki sekilas nampak biasa, tidak ada penerapan *feed* atau *layout* tertentu. Akan tetapi foto yang disajikan pada setiap unggahan memang terlihat menampilkan yang terbaik dari diri perpustakaan. Selain itu para informan menuturkan bahwa informasi yang disajikan sudah dirasa cukup dan instagram dapat menjembatani informasi antara pemustaka dan perpustakaan lewat media sosial. Selanjutnya realitas kondisi sebenarnya Perpustakaan Kota Yogyakarta di mata para pemustaka masih ditemukan adanya sisi perbedaan antara yang ditampilkan pada media sosial instagram dengan kondisi sebenarnya yang ada di lingkungan Perpustakaan Kota Yogyakarta. Meskipun dari segi fasilitas dan layanan sudah sesuai dengan apa yang telah disajikan pada panggung depan instagram, akan tetapi masih terdapat pustakawan yang dianggap belum memberikan pelayanan yang ramah, dan kurang sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pemustaka jika dibandingkan dengan yang telah dilihat pada unggahan di instagram. Dan hal tersebut perlu diperhatikan oleh

pihak perpustakaan mengingat pustakawan merupakan salah satu komponen penting dalam dunia perpustakaan.

B. SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dapat ditemukan bahwa praktik *impression management* tidak hanya dapat dilakukan oleh individu, melainkan dapat dipraktikan juga oleh kelompok atau organisasi. Seperti halnya Perpustakaan Kota Yogyakarta yang melakukan praktik *impression management* sebagai salah satu cara untuk menarik minat para pemustaka melalui media sosial instagram.

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan diantaranya, yaitu:

1. Penelitian selanjutnya dapat digali lebih mendalam mengenai bagaimana sikap pustakawan pada saat melayani para pemustaka (*front stage*) dengan sikap yang terjadi pada saat pustakawan telah melayani pemustaka atau disaat tidak melayani pemustaka (*back stage*).
2. Bagi pengelola media sosial khususnya instagram, diharapkan dapat lebih memberikan konten unggahan yang bervariasi agar pemustaka dapat merasa lebih tertarik dan menantikan setiap unggahan yang disajikan oleh @puskotjogja.
3. Tampilan yang disajikan memang dirasa sudah cukup dan tidak terlalu berlebihan, namun alangkah lebih baiknya jika pengelola media sosial instagram berinisiatif untuk membuat tampilan lebih menarik dan sedikit berbeda, karena salah satu hal yang dapat menarik penonton di dunia maya

adalah dengan keindahan tampilan sehingga dapat membuat citra baik terhadap perpustakaan.

4. Bagi pihak perpustakaan secara umum, hendaknya lebih memperhatikan sumberdaya dalam perpustakaan khususnya pustakawan. Karena salah satu komponen utama pada dunia perpustakaan adalah sumberdaya yang dapat memberikan pelayanan prima agar terciptanya kesan dan citra positif bagi perpustakaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afriani, Nova, dan Yunaldi. "Peranan Promosi Perpustakaan Terhadap Kunjungan Pemustaka di Perpustakaan Umum Kota Solok." *Jurnal Informasi Perpustakaan dan Kearsipan* 1, no. 1 (2012): 9–16.
- Afrizal. *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014.
- Alex, dan Andrew. "Complete Instagram Guide bt Preview App," t.t. <https://thepreviewapp.com/wp-content/uploads/2018/03/instagram-guide-2018-preview-app.pdf>.
- Amaral, Ines. "Instagram." Dalam *The SAGE Encyclopedia of Economics and Society*. Thousan Oaks: SAGE Publication, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- Basrowi, dan Suwandi. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta, 2008.
- Bolino, Mark C., dan William H Turnley Measuring. "Impression Management in Organization: A Scale Development Based on The Jones and Pittman Taonomy." *SAGE Publication* 2, no. 2 (1999): 187–206.
- Boyd, Danah M., dan Nicole B. Ellison. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship." *Journal of Computer*, 2008.
- Cherry, Jane, dan Philip Calvert. "Library Service as Theatre: Using Dramaturgy to Investigate Attitudes to The Retail and Professional Models of Service." *Aslib Proceedings* 64, no. 2 (2012): 201–14.
- Clark, Timothy, dan Graeme Salaman. "Creating the 'right' impr eating the 'right' impression: T ession: Towards a dr ds a dramaturgy of management consultancy." *Service Industries Journal* 18, no. 1 (1998): 18–38.
- Dayakisni, Tri, dan Hudaniyah. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press, 2009.
- Dubovik O. "Instagram as Instrument of Marketing," 39. Dnipropetrovsk: National Mining University, 2013.
- Fuad, Anis, dan Kandung Sapto Nugroho. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

- Goffman, Erving. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday Anchor Garden City, 1956.
- Griffin. *A First Look at Communication Theory*. 4th ed. Boston: McGraw-Hill Higher Education, 2000.
- H. Azis, dan R. Wardoyo. "Penerapan Network Steganography Menggunakan Metode Modifikasi LACK Dan Layanan Message Authentication Code Pada Voip Network Steganography System with Modification of LACK and Message Authentication Code on VoIP." *Seminar Nasional Komunikasi dan Informasi*, 2015, 13–19.
- Hall, S. "The Work of Representation." Dalam *Representation : Cultural and Signifying Practices*. London: Sage Publication, 2003.
- Hare, Paul, dan Herbert Blumberg. *Dramatugical Analysis of Social Interaction*. New York: Praeger, 1988.
- Indrananto, Cahyadi. "Pemimpin Daerah Sebagai Agen: Dramaturgi Dalam Komunikasi Politik Walikota Solo Joko Widodo." Universitas Indonesia, 2012.
- Indriasari, Vini. *Optimalisasi Word untuk Penulisan Dokumen Ilmiah*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009.
- Jadhav, N.P., R.S. Kamble, dan M.B. Patil. "Social Media Marketing: The Next Generation Of Business Trends." *IOSR Journal of Computer Engineering (IOSR-JCE)*, t.t., 45–49.
- Kurniasih, Nuning. "Optimalisasi Penggunaan Media Sosial untuk Perpustakaan." Dipresentasikan pada Komunikasi, Informasi dan Perpustakaan di Era Global, Fikom UNPAD, 2016.
- Littlejohn, Stephen W, dan A. Foss Karen. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2009.
- Medlin, Allison Kay. "Bargain Theater: A Dramatugical Analysis of a Flea Market." Auburn University, 2008.
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 1993.
- Mulyana, Deddy. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013.
- Mulyono, Pudji. "Peran Perpustakaan Umum dalam Meningkatkan Kualitas Masyarakat Pengguna: Kasus di DKI Jakarta." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, no. 067 (2007).

- Mutia, Tika. "Generasi Milenial, Instagram dan Dramaturgi: Suatu Fenomena dalam Pengelolaan Kesan Ditinjau dari Perspektif Komunikasi Islam." *An-nida* 41, no. 2 (2017): 240–51.
- Nashihuddin, Wahid. "Menumbuhkan Kometensi dan Profesionalisme Pustakawan: Sebuah Catatan." Diponegoro University, 2012. <https://digilib.undip.ac.id/v2/2012/05/11/menumbuhkan-kompetensi-dan-profesionalisme-pustakawan-sebuah-catatan/>.
- Ngatini. "Pelayanan Prima: Upaya Pustakawan dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan." *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia* 1, no. 1 (2018): 53–70.
- Oktaresiyanti, Selvi. "Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau." Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2019.
- Prasetyo, Iwan. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Depok: Departemen Ilmu Administrasi FISIP Universitas Indonesia, 2007.
- Quinn, Brian. "A Dramaturgical Perspective on Academic Libraries." *Texas Tech University*, 2007, 1–46.
- Ritz, Joan M. *Online Dictionary of library and Information Science*. USA: Western Connecticut State University, 2002.
- Schokker, M.M.C. *The Use of Impression Management Tactics in Groups Overtime and The eEffect on The Interpersonal Outcomes of Liking, Competence, and Performance*. University of Maastricht, 2007.
- Severin, W.J., dan J.W. Tankard. *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terpaan di dalam Media Massa*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Soetminah. *Perpustakaan, Kepustakawanan, dan Perpustakaan Indonesia*. Yogyakarta: Kanisius, 1992.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- . *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sulistyo-Basuki. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka, 1993.
- Supraogo, Basrowi, dan Tobroni. *Metodologi Penelitian Sosial Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2003.

- Suwarno, Wiji. "Attitudes and Roles of Librarians in The Modern Era (an Ethical and Cultural Approach)." *International Journal of Library and Information Science* 10, no. 4 (2018): 41–44.
- . *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan: Sebuah Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Ar-ruzz, 2011.
- Syam, Nur. *Agama Pelacur: Dramaturgi Transdental*. Yogyakarta: LKiS, 2010.
- Ting, Cheung Ting. "A Study of Motives, Usage, Self-presentation and Number of Followers on Instagram." *SS Student E-Journal* 3 (2014).
- Umiarso, dan Elbadiansyah. *Interaksionisme Simbolik: Dari Era Klasik Hingga Modern*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Uzone.id. "Total Pengguna Instagram di Indonesia Hingga Mei 2020." Diakses 8 Oktober 2020. <https://www.useetv.com/news/detail/total-pengguna-instagram-di-indonesia-hingga-mei-2020>.
- Williams, G. *Sociolinguistics: A Social Critique*. London and New York: Routledge, 1992.
- Wulandari, Dian. "Mengembangkan Perpustakaan Sejalan dengan Kebutuhan Net Generation." *Visi Pustaka* 13, no. 2 (2011): 16–24.
- Yuventia, Yuniawati. "Materi Seminar Nasional: Strategi Promosi Layanan Perpustakaan," 2009. http://yuni_yuven.blog.undip.ac.id/2009/12/14/strategi-promosi-layanan-perpustakaan/.