

ABSTRAK

Media sosial tidak hanya menjadikan komunikasi lebih mudah, akan tetapi juga menjadi arena presentasi diri bagi masyarakat. Pertunjukkan dramaturgi dimainkan seorang pengguna media sosial untuk mendapatkan atensi dari pihak lain. Media sosial juga menjadi bagian dari strategi korporasi untuk menunjang suatu bisnis dengan melibatkan peran individu, salah satu contohnya adalah dengan menjadi konsultan Oriflame. Salah satu media sosial yang populer Indonesia adalah Instagram karena basisnya menggunakan foto serta video yang dinilai dapat lebih memberikan gambaran visual dari suatu kejadian. Kini, media sosial tersebut juga menjadi ruang presentasi diri bagi penggunanya. Kegiatan presentasi diri tersebut disebut sebagai manajemen impresi dimana postingan di Instagram menjadi *front stage* dan persiapan-persiapan yang dilakukan oleh seorang konsultan sebagai *back stage*-nya.

Studi ini melengkapi banyak studi sebelumnya mengenai manajemen impresi. Berfokus pada Instagram serta konsultan Oriflame sebagai pelaku bisnis, studi ini membahas mengenai bentuk serta strategi manajemen impresi seorang konsultan Oriflame di Instagram. Strategi manajemen impresi tersebut tidak lepas dari sistem bisnis serta ekspektasi korporasi terhadap peningkatan bisnis serta penambahan konsultan baru.

Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi, peneliti melakukan wawancara dan penelitian partisipatoris. Studi pustaka juga dilakukan untuk menambah referensi peneliti. Teori yang peneliti gunakan adalah teori Dramaturgi Erving Goffman serta teori dramaturgi lanjutan Bernie Hogan yang lebih fokus membahas mengenai presentasi diri *online*. Terdapat berbagai macam klasifikasi konsultan Oriflame, baik ibu rumah tangga, remaja, maupun wanita karier. Dalam studi ini, peneliti memilih informan dengan rentang usia 20-27 tahun dimana kelompok usia tersebut merupakan pengguna terbanyak Instagram.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram dapat dilihat sebagai *front stage* konsultan Oriflame dimana kehidupan nyata mereka menjadi *backstage* nya. Dalam *back stage* berbagai macam persiapan penampilan dilakukan supaya peran yang dimainkan dapat berhasil. Strategi yang digunakan dalam manajemen impresi konsultan Oriflame adalah ekspektasi sebagai narasi performa yang ideal, *audiens* sebagai evaluator performa, *team of performances* sebagai strategi performa serta *role play* sebagai bentuk presentasi diri.

Kata kunci: Dramaturgi, Instagram, Konsultan Oriflame, Manajemen Impresi.

ABSTRAC

Social media not only makes communication easier but become self-presentation arena for society. Dramaturgy played by social media users to get more attention from the others. Social media is also part of corporate's strategy to support a business by involving the role of individuals, one of the example is becoming an Oriflame's consultant. One of the most popular social media in Indonesia is Instagram because its based on the photo and video that provide a visual picture from an event. Recently, social media is a representation of its users. This self-presentation activity is called impression management that instagram posts is become the front stage and preparations made by consultant is the back stage.

This study complements previous studies about impression management. Focused on Instagram and Oriflame's Consultants as business people, this study discuss the form and strategy of impression management from an Oriflame's Consultant on Instagram. This impression management's strategies can't be separated from the business system and corporate expectations of increasing business and adding new consultants.

Using qualitative method and netnography approach, researcher conducted interviews and participatory research. Literature study was also conducted to add researcher's references. The theory used Erving Goffman's Dramaturgy theory and Bernie Hogan's advances dramaturgy theory which more focus about online self presentation. There are various classification of Oriflame's Consultants such as housewife, teenagers, and business woman. In this study, researcher selected informants with an age range of 20-27 years, where this age group is considered to be most Instagram's users.

The result shows that Instagram becomes Oriflame's Consultan front stage, where their real life are becomes back stage. In the back stage, all of the performances preparation are carried out to succeded the role played. The strategies used in the impression management by Consultan's Oriflame are expectations as an ideal performance narrative, audiences as performance evaluator, team of performances as performances strategy, and role play as a form of self-presentation.

Keywords: Dramaturgy, Instagram, Oriflame's Consultant, Impression Management.