

# *Impression Management Make Up Artis Pria di Media Sosial Instagram*

Putri Rahmaniar, Maman Suherman

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

Email: putrihilman28@gmail.com

**Abstract**—The make up artist profession is one of the professions that is mostly carried out and is still dominated by women, very few men carry out the work. These male makeup artists have to face a variety of negative stigma in society so these makeup artists need to manage their impressions so that the public can get a good impression according to the makeup of the artist's makeup. In this modern era, Instagram has become one of the platforms for male makeup artists to do impression management. The theory used in this research is dramaturgy theory. This study uses a qualitative research with a case study approach. Informants from this research are Ari Berinda Bestari, Rizky Hidayat, and Uju Juanas. The results of this study are: (1) Make up male artists doing impression management to show a positive and professional images (2) Male make up artists manage their impression's through their Instagram by managing the appearance and manner, (3) Male make up artists's has their own criteria when it comes to making a content for their instagram including photos, videos and instagram stories.

**Keywords**—Impression Management, Make Up Artist, Negative Stigma

**Abstrak**—Profesi make up artis merupakan salah satu profesi yang rata-rata dilakukan dan masih didominasi oleh wanita sangat sedikit pria yang melaksanakan pekerjaan tersebut. Para makeup artis pria ini harus menghadapi berbagai stigma negatif di masyarakat sehingga para makeup artis ini perlu melakukan pengelolaan kesan agar masyarakat bisa memperoleh kesan yang baik sesuai haraoran para makeup artis. Di era yang serba modern ini, instagram menjadi salah satu platform bagi para makeup artis pria ini untuk melakukan *impression management*. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori dramaturgi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Studi Kasus. Informan dari penelitian ini yaitu Ari Berinda Bestari, Rizky Hidayat dan Uju Juanas. Hasil dari penelitian ini adalah: (1) *Make up* artis pria melakukan pengelolaan kesan untuk menampilkan suatu kesan dan membentuk kesan positif dan profesional (2) Para make up artis pria melakukan pengelolaan kesan melalui instagram mereka dengan mengelola penampilan (*appearance*) sikap dan perilaku serta cara bertutur kata (*manner*), (3) Dalam prosesnya konten yang dikelola baik foto, video dan instagram story memiliki kriteria tersendiri.

**Keywords**—Impression Management, Make Up Artis, Stigma Negatif

## I. PENDAHULUAN

Profesi make up artis merupakan salah satu profesi yang rata-rata dilakukan oleh wanita, tidak banyak pria yang melakukan pekerjaan tersebut. Salah satu website asal

Inggris gothinkbig.co.uk pada tahun 2014 mengungkapkan “only 10% of males make up the hair and beauty industry” Dari data tersebut menunjukkan bahwa industri kecantikan masih didominasi oleh wanita. Maka para makeup artis pria ini perlu bersaing dengan sesama makeup artis pria maupun wanita agar karyanya bisa dikenal.

Menjadi makeup artis bagi seorang pria bukanlah pekerjaan yang mudah, sering kali mereka mendapatkan komentar negatif dari masyarakat. Stigma negatif mengenai makeup artis pria yang paling umum adalah bahwa sikapnya yang gemulai hingga orientasi seksualnya menyimpang sehingga pengelolaan kesan perlu dilakukan agar bisa meredakan stigma negatif tersebut.

Instagram sebagai salah satu media sosial yang berkembang pesat menjadi salah satu sarana bagi makeup artis melakukan pengelolaan kesan dengan cara membuat sebuah konten yang diunggah baik dalam format foto, video maupun instagram story. Dalam membuat sebuah konten para makeup artis ini tidak main-main serta banyak persiapan yang dibutuhkan. Dari situlah peneliti tertarik untuk mengangkat kasus stigma negatif yang ada di kalangan makeup artis pria. Dengan adanya instagram mempermudah para makeup artis pria untuk melaksanakan pengelolaan kesan. Fokus penelitian ini adalah “Bagaimana Impression Management Make Up Artis Pria Untuk Mendapatkan Kesan Positif Melalui Media Sosial Instagram?” selanjutnya tujuan dari penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. Mengetahui alasan make up pria menggunakan Instagram sebagai tempat untuk melakukan *impression management*.
2. Mengetahui impression management make up artis pria melalui media sosial Instagram
3. Mengetahui proses impression management make up artis pria dalam aktivitas melalui media sosial Instagram.

## II. LANDASAN TEORI

Menurut Widyastuti (2014), dalam proses presentasi diri biasanya individu akan melakukan impression management (Pengelolaan kesan). Tujuannya adalah supaya kita dapat mempengaruhi orang lain, supaya kita disukai orang lain, ingin memperbaiki posisi, memelihara status, dan sebagainya (Triningtyas, 2016:34)[1]. Pengelolaan atau manajemen kesan proses yang dengannya

individu-individu berupaya mengandalkan kesan yang dibentuk orang lain terhadap mereka (Robbins dan Judge 2008:158)[2].

Orang lain akan menilai kita berdasarkan petunjuk-petunjuk yang kita berikan dan dari penilaian itu mereka memperlakukan kita. Maka dari itu kita sengaja menampilkan diri kita (self presentation) seperti yang kita hendaki. Peralatan lengkap yang kita gunakan untuk menampilkan diri ini disebut front. Front terdiri atas panggung (setting), penampilan (appearance), dan gaya bertingkah laku (manner) (Rakhmat 2012:95)[3].

Istilah Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan. Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain, melalui pertunjukan dramanya sendiri (Widodo, 2010:167)[4].

Goffman mengemukakan bahwa dalam dunia performa, perlu dibedakan dua panggung, yaitu panggung depan (*front region* atau *front stage*) dan panggung belakang (*back region* atau *back stage*). Jika wilayah depan ibarat sebuah panggung pertunjukan bagian depan (*front stage*) yang akan ditonton khalayak; maka wilayah belakang ibarat panggung pertunjukkan bagian belakang (*back stage*), tempat para pemain mempersiapkan diri, bersantai, atau berlatih untuk memainkan peran mereka di panggung depan (Widodo, 2010:117)[4].

Media sosial merupakan *platform* yang tepat bagi para penggunanya untuk dijadikan sebuah panggung (*front stage*). Van Dijk menyatakan (Nasrullah, 2018) media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi (Nasrullah, 2018:11).

Melalui media, khususnya *new media* saat ini, informasi bisa disebar lebih efisien (AR, 2018:10). Instagram merupakan salah satu contoh hasil dari *new media*. Instagram adalah aplikasi untuk memotret, mengedit dan “menyebarkan” foto tersebut ke komunitas pengguna Instagram lainnya (Enterprise 2012:2)[5].

Media sosial merupakan *platform* yang tepat bagi para penggunanya untuk dijadikan sebuah panggung (*front stage*), segala aktivitas yang disebar melalui media sosial merupakan sebuah tuntutan peran actor atau pengguna dari akun media sosial tersebut. Sedangkan ketika seorang individu atau penggunanya sedang berada di dunia nyata, sedang tidak berada di lingkup media sosial maka akan terlihat seperti apa karakter atau sosok dari pengguna tersebut yang sebenarnya.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti melalui wawancara dan observasi, maka ditemukan bahwa:

#### A. Instagram Sebagai Sarana Impression Management

Melalui instagram penggunanya dapat mengunggah berbagai foto dan video untuk dilihat oleh para pengikut akunnya. Melalui media sosial seseorang bisa membentuk visualisasi pada individu dengan segala aktivitasnya (Kertamukti, 2015).

*Impression management* yang dilakukan oleh para make up artis pria memang bersinggungan dan dipengaruhi oleh pekerjaan mereka sebagai seorang make up artis. Para make up artis pria menampilkan suatu kesan dan citra tertentu untuk memudahkan mereka untuk mencapai segala sesuatu yang mereka ingin dan harapkan.

Bukan hanya make up artis saja tetapi semua orang tentu berharap dan menginginkan citra yang positif. Penting sekali bagi para make up artis untuk memiliki citra diri yang positif karena hal tersebut menjadi sebuah akar agar bisa menumbuhkan kepercayaan dikalangan followersnya. Selain citra positif ada pula citra diri lain yang mendorong para make up artis pria ini melakukan *impression management* yaitu untuk mendapatkan citra profesional

#### B. Impression Management Make Up Artis Pria di Instagram

Pada pemetaan panggung depan para informan yaitu di media sosial instagram merupakan media untuk menunjukkan eksistensi diri serta sebagai sarana mempromosikan jasanya sebagai seorang make up artis. Di panggung depan inilah para make up artis melakukan *impression management* terhadap aspek *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya) di *front stage* (panggung depan). Pengelolaan kesan yang dilakukan oleh para informan sebagian besar mengacu kepada citra diri yang ingin dipersepsikan oleh para *followers* akun instagramnya. Citra diri yang mereka coba hasilkan dari kesan-kesan yang selalu ditampilkan di instagram akan menjadi representasi dan citra dari bisnis jasa yang dilakukan para makeup artis tersebut. Citra yang para informan selalu tampilkan adalah dengan menampilkan ciri seseorang yang profesional. Seperti memakai pakaian yang rapih saat bekerja, menampilkan proses saat mereka bekerja untuk terlihat lebih profesional.

Pada awalnya salah satu informan yaitu Uju sempat menyangkal bahwa dia tidak pernah mengelola kesan apapun, tapi tanpa disadari Uju bahwa selama ini melalui akun instagramnya dia selalu menampilkan suatu kesan tertentu dan pada saat itulah dia melakukan pengelolaan kesan. Berbeda dengan dengan Uju, dua informan lainnya sadar betul bahwa selama ini mereka melakukan pengelolaan kesan.

#### C. Proses Impression Management Make Up Artis Pria di Instagram

Proses dalam melakukan *impression management* merupakan tahap persiapan para informan untuk melakukan aktivitas di instagram, mengelola akun instagramnya untuk

membentuk kesan terhadap *followers*-nya. Proses ini pula digunakan oleh para makeup artis pria untuk melakukan persiapan untuk membuat sebuah konten yaitu seperti *setting lighting*, mengambil foto, membuat instagram story, proses editing konten, membuat caption.

Konten yang paling sering dibuat oleh para informan yaitu konten instagram story karena foto atau video yang diambil cukup simple dan praktis tidak memerlukan banyak editing serta feedback yang didapat dari instagram story jauh lebih banyak dan sering daripada konten foto dan video untuk *feed*, sedangkan untuk Foto di *feed* memerlukan banyak stok foto hingga dipilih salah satu foto yang bagus lalu akan diedit dengan ciri khas para informan serta pembuatan caption yang dibuat interaktif. Untuk foto rata-rata dari informan hanya mengunggah 3 kali dalam seminggu. Sedangkan video untuk di *feed* jarang dilakukan oleh para informan karena membutuhkan editing yang rumit.

#### IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pengamatan penelitian yang telah dilakukan peneliti di lapangan, peneliti menemukan perbedaan antara kehidupan informan sebagai seorang makeup artis di panggung depan dan di panggung belakang. Serta untuk menunjang peran yang dimainkan saat berada dipanggung depan terdapat satu wilayah untuk mempersiapkan peran tersebut yaitu panggung tengah, berikut kesimpulan penelitian :

1. *Impression management* dibutuhkan oleh para *make up* artis pria dengan tujuan tertentu salah satunya adanya *impression-construction* untuk memupuk dan menciptakan kesan positif dan professional.
2. Pengelolaan Kesan yang dilakukan oleh para *make up* artist ini dilakukan untuk membentuk *image* atau citra informan. Kesan yang ditampilkan oleh para informan sebagai seorang makeup artis untuk menunjukkan profesionalismenya melalui aspek *appearance* (penampilan) dan *manner* (gaya).
3. Panggung tengah sebagai wilayah transisi panggung depan dan belakang merupakan area yang digunakan untuk melakukan aktivitas di instagram, mengelola akun instagramnya untuk membentuk kesan terhadap *followers*-nya. Konten yang paling sering dibuat adalah instagram story yang simple dan praktis serta lebih banyak mendapatkan *feedback* dari para *followersnya* daripada foto dan video yang juga memerlukan banyak editing.
4. Pada realitas panggung belakang, para informan melakukan kegiatannya sehari-hari tanpa atribut sebagai seorang makeup artis. Pada area ini para informan kembali ke kehidupan asli mereka, tanpa perlu memainkan peran lagi sebagai seorang actor.

#### V. SARAN

##### D. Saran Teoritis

1. Bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian yang memiliki teori yang sama diharapkan dapat menambahkan dan memperdalam kajian literature atau referensi lainnya dikarenakan beberapa buku teks yang terbatas.
2. Hasil penelitian ini juga diharapkan bisa menjadi sebagai suatu rujukan atau acuan bagi peneliti selanjutnya.
3. Diharapkan peneliti lain yang menggunakan teori yang sama yaitu dramaturgi diharapkan bisa memperdalam tahap panggung belakang, karena adanya keterbatasan peneliti dalam mewawancarai informan pendukung yang dianggap terlalu menjangkau ranah pribadi *key informan*.

##### E. Saran Praktis

1. Aktivitas dan konten media sosial para makeup artis cenderung monoton sehingga perlu adanya konten menarik lainnya untuk *feed* instagram mereka seperti share atau review beauty products tidak hanya tips and trick dalam mengaplikasikan makeup saja.
2. Jaga dan pertahankan kesan anda yang sudah terbentuk pada benak *followers* instagram anda supaya bisa semakin menunjang karir anda sebagai makeup artis mengingat banyaknya stigma negatif mengenai pria yang menjalani pekerjaan wanita.
3. Lakukan *impression management* sesuai takarannya dan jangan terlalu menyimpang dengan keadaan panggung belakang agar semakin tercipta kesan positif di kalangan pengguna instagram lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Triningtyas, Diana Ariswanti. 2016. Bimbingan konseling pribadi Sosial. Magetan:AE Media Grafika.
- [2] Robbins, Stephen P dan Judge Timothy A. 2008. Perilaku Organisasi. Diterjemahkan oleh: Diana Angelica, Ria Cahyani, dan Abdul Rosyid. Jakarta:Salemba
- [3] Rakhmat Jalaluddin. 2012. Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [4] Suko Widodo, 2010, Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial, Aditya Media Publishing, Malang.
- [5] Enterprise, Jubilee. 2012. Instagram untuk Fotografi Digital dan Bisnis Kreatif. Jakarta:PT Elex Media Komputindo.
- [6] AR, M. Fikri. 2018. Sejarah Media Transformasi, Pemanfaatan, dan Tantangan. Malang:UB Press.
- [7] Sumber lainnya : <https://gothinkbig.co.uk/features/men-in-feale-dominated-industries-an-investigation> (diakses 26 maret 2019)