

Image Restoration Indira Kalistha melalui Instagram

Dwi Siti Amalia Luthfie, Maman Chatamallah

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

dwiamalia97@gmail.com, maman.chatamallah@gmail.com

Abstract—With the age of technology as it is today, both individuals and practitioners of Public Relations of a company can utilize social media in a means of communication to enhance, maintain and improve their reputation very easily and quickly. The internet has made so many “CCTVs” in the world, eyes and ears for every individual, organization and corporation. Their track record is easily opened by anyone when experiencing a crisis. One of Instagram's other social media functions is to improve the reputation of Indira Kalistha in her account @indirakalistha. The purpose of this research is to find out the effectiveness of Instagram @indirakalistha content as a means of communication in improving reputation. This research methodology uses quantitative methodology with descriptive content analysis methods. With the technique of collecting data is coding sheets and documentation. The results of this study indicate that the uploads on Indira Kalistha's Instagram during the period 13 May to 13 June 2020 consisted of 16 uploads. Based on the results obtained in Table 4.16, the overall upload reflects image restoration by taking measures from the five image restoration strategies according to William Benoit. The 16 uploads consist of more than 1 category and image restoration dimensions, where 13 uploads or 23.21% are included in the minimalization and differentiation dimensions, reducing the offensiveness category. 10 uploads or 17.86% are included in the defeasibility dimension in the evasion of responsibility category, 4 uploads or 7.14% are included in the dimensions of good intention (evasion of responsibility) and bolstering (reducing the offensiveness), 3 uploads or 5.36% included in the mortification and corrective action category, 2 uploads included in the accident (evasion of responsibility) dimension and denial category, and 1 upload included in the attack the accusers dimension and compensation in the reducing the offensiveness category. Meanwhile, the most dominant image restoration that appeared on Indira Kalistha's Instagram content for the period 13 May to 13 June 2020, was the image restoration category of reducing the offensiveness of the dimensions of minimalization and differentiation which received 13 uploads or 23.21% frequency.

Keywords—*Image Restoration, New Media Communication, Instagram, Indira Kalistha, Influencer*

Abstrak—*Dengan zaman serba teknologi seperti saat ini, baik individu maupun praktisi Public Relations suatu perusahaan dapat memanfaatkan media sosial dalam sarana komunikasi untuk meningkatkan, menjaga dan memperbaiki reputasinya dengan sangat mudah dan cepat. Internet telah membuat di dunia ini hadir begitu banyak “CCTV”, mata dan telinga bagi setiap individu, organisasi, dan korporasi. Track record mereka dengan mudah dibuka oleh siapapun ketika mengalami krisis. Salah satu fungsi lain media sosial Instagram adalah memperbaiki reputasi yang dilakukan oleh Indira*

Kalistha dalam akunnya @indirakalistha. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas isi konten Instagram @indirakalistha sebagai sarana komunikasi dalam memperbaiki reputasi. Metodologi penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif dengan metode analisis isi yang bersifat deskriptif. Dengan teknik pengumpulan data adalah lembar coding (coding sheet) dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan, unggahan pada Instagram Indira Kalistha selama periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020 yang terdiri dari 16 unggahan, berdasarkan hasil yang diperoleh dalam tabel 4.16, keseluruhan unggahannya mencerminkan image restoration dengan mengambil ukuran dari lima strategi image restoration menurut William Benoit. Adapun dari 16 unggahan tersebut, terdiri lebih dari 1 kategori dan dimensi image restoration, dimana 13 unggahan atau 23,21% termasuk ke dalam dimensi minimalization dan differentiation kategori reducing the offensiveness. 10 unggahan atau 17,86% termasuk ke dalam dimensi defeasibility kategori evasion of responsibility, 4 unggahan atau 7,14% termasuk ke dalam dimensi good intention (evasion of responsibility) dan bolstering (reducing the offensiveness), 3 unggahan atau 5,36% termasuk ke dalam kategori mortification dan corrective action, 2 unggahan termasuk ke dalam dimensi accident (evasion of responsibility) dan kategori denial, dan 1 unggahan termasuk ke dalam dimensi attack the accusers dan compensation kategori reducing the offensiveness. Sementara itu, image restoration yang paling dominan muncul pada konten Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, ialah image restoration kategori reducing the offensiveness dimensi minimalization dan differentiation yang mendapat perolehan frekuensi sebanyak 13 unggahan atau 23,21%.

Kata Kunci—*Restorasi Citra, Komunikasi Media Baru, Instagram, Indira Kalistha, Influencer*

I. PENDAHULUAN

Maraknya media sosial membuatnya tak hanya menjadi alat pertukaran pesan dan berkomunikasi secara tidak langsung. Namun, media sosial kini sudah dijadikan sumber penghasilan. Hal ini terbukti dari banyaknya kemunculan jurnalisme warga, selebgram, dan content creator. Seorang Selebgram dan content creator dapat disebut juga sebagai influencer. Menurut Hariyanti & Wirapraja, influencer adalah seseorang atau figur dalam media sosial yang memiliki jumlah pengikut yang banyak atau signifikan, dan hal yang mereka sampaikan dapat mempengaruhi perilaku dari pengikutnya. (Hariyanti & Wirapraja, 2018: 141)

Penting bagi seorang influencer memberi contoh yang

baik bagi pengikutnya agar reputasinya selalu terjaga dengan baik. Reputasi yang sudah dibangun berpuluh-puluh tahun, bisa runtuh hanya dalam hitungan detik karena perilaku mereka di dalam konten yang mereka unggah di media sosial. Sulit untuk memperbaiki kembali reputasi yang sudah memburuk. Influencer dianggap sebagai role model yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang. Seperti halnya pemerintah yang sangat meyakini bahwa influencer dapat mempengaruhi masyarakat agar dapat patuh dan tunduk dengan aturan pemerintah.

Indira Kalistha merupakan salah satu content creator yang bisa dibilang dapat berpengaruh besar bagi masyarakat. Hal ini terbukti dengan akun Youtube-nya yang memiliki 3,24 juta subscriber dan pengikut Instagram yang mencapai 1,6 juta. Indira memiliki citra “nyablak” di mata pengikutnya. Banyak netizen yang kagum dengan sosok Indira yang asik, tidak tahu malu, dan konyol karena kenyablakannya itu. Namun, karena ulahnya sendiri reputasi Indira memburuk.

Ketika citra terancam, individu dan organisasi termotivasi untuk mempertahankan citra, menggunakan segala cara atau strategi agar khalayak sasaran tidak memiliki persepsi negatif terhadap individu maupun organisasi tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah penelitian ini adalah: “image restoration seperti apakah yang tercermin dalam isi konten Instagram Indira Kalistha sebagai sarana komunikasi dalam memperbaiki reputasi selama periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020?” dan “Image Restoration apakah yang paling dominan ditampilkan dalam isi konten Instagram Indira Kalistha sebagai sarana komunikasi dalam memperbaiki reputasi selama periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui image restoration yang tercermin dalam isi konten Instagram Indira Kalistha sebagai sarana komunikasi dalam memperbaiki reputasi selama periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, dan image restoration yang paling dominan ditampilkan dalam isi konten Instagram Indira Kalistha sebagai sarana komunikasi dalam memperbaiki reputasi selama periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020.

II. LANDASAN TEORI

Image Menurut William Benoit (1997:251) adalah, “the perception of a person (or group, or organization) held by the audience, shaped by the words and actions of that person, as well as by the discourse and behavior of other relevant actors.” Dimana, image atau citra adalah persepsi tentang seorang individu maupun kelompok atau organisasi yang dimiliki masyarakat, dibentuk dari kata-kata, perilaku atau tindakan dan juga wacana yang berkaitan dengan individu, kelompok atau organisasi itu sendiri. Dengan begitu, citra bagi individu atau organisasi sangatlah penting untuk di jaga. Jika citra memburuk, harus segera dipulihkan untuk melestarikan nilai ekonomi

dan sosial dari individu atau organisasi. Menurut Benoit (1995:7) dalam buku Communication Crisis menyatakan:

“Human beings possess a basic instinct to engage in recurrent patterns of communicative behavior designed to reduce, redress, or avoid damage to their reputation (or face or image) from perceived wrong-doing. Complaints are routinely leveled at people in all walks of life for all sorts of alleged misbehavior; accordingly, we are repeatedly faced with situations that impel us to explain or justify our behavior, to offer excuses or apologies, for those aspects of our behavior that offend and provoke reproach from those around us. Our face, image, or reputation is valuable”.

Oleh karena itu, jika citra seseorang terancam, baik individu maupun organisasi termotivasi untuk mempertahankan citra mereka dengan cara: penjelasan, justifikasi, rasionalisasi, permintaan maaf, atau menolak bertanggung jawab. Benoit juga menunjukkan bahwa ada hubungan proporsional antara berapa banyak reputasi akan hancur dan sejauh mana peran seseorang di dalam organisasi tersebut untuk bertindak. Menurut Benoit, ada lima strategi yang dijalankan dalam merestorasi citra yakni:

A. Denial

Strategi penyangkalan ini merespon seluruh tuduhan yang diutarakan kepada perusahaan melalui penyangkalan baik *simple denial* yaitu menolak mereka bertanggung jawab, ataupun *shifting the blame* yaitu mereposisi bahwa yang salah adalah pihak lain.

B. Evasion of Responsibility

1. Provocation

Di mana perusahaan menjawab bahwa apa yang mereka lakukan diakibatkan oleh pancingan pihak lain

2. Defeasibility

Pernyataan bahwa perusahaan tidak memiliki informasi cukup mengenai kasus tersebut

3. Accident

Di mana kasus tersebut dianggap sebagai sebuah kecelakaan

4. Good intention

Dengan cara memberikan itikad baik untuk memperbaiki

C. Reducing the Offensiveness

1. Bolstering

Di mana perusahaan menyatakan bahwa mereka telah melakukan yang terbaik dalam menyelesaikan kasus.

2. Minimalization

Menyatakan bahwa krisis ini hanya sandungan kecil belaka.

3. Differentiation

Menyatakan bahwa ada masalah lain yang lebih besar dibandingkan kasus ini.

4. *Attack the accusers*
 Dengan jalan menuduh pihak yang meniup peluit sebagai pihak yang bertanggung jawab.
5. *Mortification*
 Menutup aib/malu, yaitu perusahaan meminta maaf atas kejadian yang terjadi.
6. *Corrective action*
 Perusahaan langsung bertindak menyelesaikan kasus yang terjadi.

Instagram merupakan situs jejaring sosial yang termasuk dalam salah satu jenis media jejaring sosial. Situs jejaring sosial yang diluncurkan pada 20 September 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger ini beberapa fitur di dalamnya. Pengguna dapat membuat profil dilengkapi foto, berbagi foto dan video dengan pengguna lainnya, dapat mengedit foto yang ingin diunggah dengan efek atau *filter* yang telah tersedia di *Instagram*. Pengguna dapat dapat berkomunikasi dengan pengguna lain melalui pesan pribadi. Mereka juga dapat memberikan komentar dan like, dapat mengetahui tempat yang sedang tren, membagi foto atau video ke dalam kilas cerita *Instagram (Instagram Story)* mereka, menyiarkan diri mereka secara langsung, dan mengunggah video berdurasi hingga 60 menit.

Dari banyaknya fitur yang dimiliki *Instagram*, tidak sedikit orang yang menggunakan *Instagram* sebagai media sosial yang hanya untuk berkomunikasi dan hiburan saja. Banyak orang yang memanfaatkannya sebagai sarana promosi untuk berbisnis, dan bahkan pengguna bisa menggiring opini pengguna lain seperti apa yang mereka inginkan melalui konten yang mereka unggah.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. *Image Restoration yang Tercermin*

1. Analisis Isi Konten Berdasarkan Image Restoration Kategori Denial

Hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *image restoration* kategori denial pada konten Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, yang merupakan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara coder 1 dan coder 2 serta coder 1 dan coder 3, ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

TABEL 1. HASIL ANALISIS CODER 1 DAN 2 SERTA CODER 1 DAN 3 DALAM KATEGORI DENIAL

N1	N2	M
2	3	2

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diteliti, 2020

Berdasarkan kategori denial, hasil *coefficient reliability* antar coder 1 dan 2 dengan coder 1 dan 3, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

$$CR = \frac{2 \cdot 2}{2+3}$$

$$= \frac{4}{5}$$

$$= 0,8$$

$$= 80 \%$$

Dari hasil perhitungan rekapitulasi uji reliabilitas antara antara coder 1 dan 2 dengan coder 1 dan 3 didapatkan *coefficient reliability* kategori denial adalah 0,8 atau 80%. Jika ditinjau dari syarat angka terendah yang harus dihasilkan berdasarkan formula Hostly, maka data di atas reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan telah lebih dari 0,7 atau 70%.

2. Analisis Isi Konten Berdasarkan Image Restoration Kategori Evasion of Responsibility

Hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *image restoration* kategori *evasion of responsibility* pada konten Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, yang merupakan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara coder 1 dan coder 2 serta coder 1 dan coder 3, ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

TABEL 2. HASIL ANALISIS CODER 1 DAN 2 SERTA CODER 1 DAN 3 DALAM KATEGORI EVASION OF RESPONSIBILITY

DIMENSI	N1	N2	M
<i>PROVOCATION</i>	-	-	-
<i>DEFEASIBILITY</i>	13	10	10
<i>ACCIDENT</i>	2	2	2
<i>GOOD INTENTION</i>	4	4	4
JUMLAH	19	16	16

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2020

Berdasarkan kategori *evasion of responsibility*, hasil *coefficient reliability* antar coder 1 dan coder 2 dengan coder 1 dan coder 3, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

$$CR = \frac{2 \cdot 16}{19+16}$$

$$= \frac{32}{35}$$

$$= 0,91$$

$$= 91 \%$$

Dari hasil perhitungan antara coder 1 dan coder 2 dengan coder 1 dan coder 3 didapatkan *coefficient reliability* kategori *evasion of responsibility* adalah 0,91 atau 91%. Jika ditinjau dari syarat angka terendah yang harus dihasilkan berdasarkan formula Hostly, maka data di atas reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan telah lebih dari 0,7 atau 70%.

3. Analisis Isi Konten Berdasarkan Image Restoration Kategori *Reducing the Offensiveness*

Hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *image restoration* kategori *reducing the offensiveness* pada konten *Instagram* Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, yang merupakan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* serta *coder 1* dan *coder 3*, ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

TABEL 3. HASIL ANALISIS CODER 1 DAN 2 SERTA CODER 1 DAN 3 DALAM KATEGORI REDUCING THE OFFENSIVENESS

DIMENSI	N1	N2	M
<i>BOLSTERING</i>	4	4	4
<i>MINIMALIZATION</i>	13	13	13
<i>DIFFERENTIATION</i>	14	13	13
<i>ATTACK THE ACCUSERS</i>	1	1	1
<i>COMPENSATION</i>	1	1	1
JUMLAH	33	32	32

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2020

Berdasarkan kategori *reducing the offensiveness*, hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3*, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

$$CR = \frac{2.32}{33+32}$$

$$= \frac{64}{65}$$

$$= 0,98$$

$$= 98 \%$$

Dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* didapatkan *coefficient reliability* kategori *reducing the offensiveness* adalah 0,98 atau 98%. Jika ditinjau dari syarat angka terendah yang harus dihasilkan berdasarkan formula Hostly, maka data di atas reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan telah lebih dari 0,7 atau 70%.

4. Analisis Isi Konten Berdasarkan Image Restoration Kategori *Mortification*

Hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *image restoration* kategori *mortification* pada konten *Instagram* Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, yang merupakan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* serta *coder 1* dan *coder 3*, ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

TABEL 4. HASIL ANALISIS CODER 1 DAN 2 SERTA CODER 1 DAN 3 DALAM KATEGORI MORTIFICATION

N1	N2	M
3	3	3

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2020

Berdasarkan kategori *mortification*, hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3*, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

$$CR = \frac{2.3}{3+3}$$

$$= \frac{6}{6}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* didapatkan *coefficient reliability* kategori *mortification* adalah 1 atau 100%. Jika ditinjau dari syarat angka terendah yang harus dihasilkan berdasarkan formula Hostly, maka data di atas reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan telah lebih dari 0,7 atau 70%.

5. Analisis Isi Konten Berdasarkan Image Restoration Kategori *Corrective Action*

Hasil rekapitulasi uji reliabilitas analisis *image restoration* kategori *corrective action* pada konten *Instagram* Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, yang merupakan hasil rekapitulasi dari uji reliabilitas antara *coder 1* dan *coder 2* serta *coder 1* dan *coder 3*, ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

TABEL 5. HASIL ANALISIS CODER 1 DAN 2 SERTA CODER 1 DAN 3 DALAM KATEGORI CORRECTIVE ACTION

N1	N2	M
3	3	3

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2020

Berdasarkan kategori *corrective action*, hasil *coefficient reliability* antar *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3*, yaitu:

$$CR = \frac{2M}{N1+N2}$$

$$CR = \frac{2.3}{3+3}$$

$$= \frac{6}{6}$$

$$= 1$$

$$= 100 \%$$

Dari hasil perhitungan antara *coder 1* dan *coder 2* dengan *coder 1* dan *coder 3* didapatkan *coefficient reliability* kategori *corrective action* adalah 1 atau 100%. Jika ditinjau dari syarat angka terendah yang harus

dihasilkan berdasarkan formula Hostly, maka data di atas reliabel karena *coefficient reliability* yang dihasilkan telah lebih dari 0,7 atau 70%.

Pada tabel berikut ini menunjukkan hasil perhitungan

Dapat terlihat dari tabel di atas menunjukkan bahwa dari total 16 unggahan yang ada dalam Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, setelah mendapatkan hasil verifikasi analisis isi dari semua coder, seluruh unggahan memiliki memiliki lebih dari 1 kategori dalam strategi image restoration, hal ini dibuktikan dari jumlah frekuensi yang mencapai angka 56. kemudian

dari analisis image restoration berdasarkan lima strategi image restoration menurut William Benoit yang terdapat pada 16 unggahan dalam Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020.

dilihat dari perolehan persentasi yang telah dicantumkan dalam tabel, dapat diketahui bahwa image restoration yang paling dominan adalah image restoration kategori reducing the offensiveness dalam dimensi minimalization dan differentiation yang memperoleh persentase sebesar 23,21% dengan total 13 unggahan dalam periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020.

TABEL 6. RELIABILITAS HASIL ANALISIS CODER 1 DAN CODER 2 SERTA CODER 1 DAN CODER 3 DALAM STRATEGI IMAGE RESTORATION

No.	Kategori	Dimensi	Frekuensi	Persentase
1.	<i>Denial</i>		2	3,57%
2.	<i>Evasion of Responsibility</i>	a. <i>Provocation</i> b. <i>Defeasibility</i> c. <i>Accident</i> d. <i>Good intention</i>	a. - b. 10 c. 2 d. 4	a. 0% b. 17,86% c. 3,57% d. 7,14%
3.	<i>Reducing the Offensiveness</i>	a. <i>Bolstering</i> b. <i>Minimalization</i> c. <i>Differentiation</i> d. <i>Attack the accusers</i> e. <i>compensation</i>	a. 4 b. 13 c. 13 d. 1 e. 1	a. 7,14% b. 23,21% c. 23,21% d. 1,79% e. 1,79%
4.	<i>Mortification</i>		3	5,36%
5.	<i>Corrective Action</i>		3	5,36%

Sumber: Data Penelitian yang Sudah Diolah, 2020.

Dari semua hasil verifikasi kategori unit analisis, yang memiliki persentase terbesar kedua yaitu kategori *evasion of responsibility* dalam dimensi *defeasibility* yang memperoleh persentase sebesar 17,86% dengan total 10 unggahan. Kemudian kategori *evasion of responsibility* dan *reducing the offensiveness* dalam dimensi *good intention* dan *bolstering* yang memperoleh persentase sebesar 7,14% dengan total 4 unggahan. Kemudian kategori *mortification* dan *corrective action* yang memperoleh persentase sebesar 5,36% dengan total 3 unggahan. Selanjutnya kategori *denial* dan *evasion of responsibility* dalam dimensi *accident* yang memperoleh persentase 3,57% dengan total 2 unggahan. Sedangkan angka persentase paling kecil ditempati oleh kategori *reducing the offensiveness* dalam dimensi *attack the accusers* dan *compensation*, dimana hanya mendapatkan angka persentase sebesar 1,79% dengan total 1 unggahan

B. Image Restoration yang Paling Dominan

Dari hasil tersebut juga dapat terlihat bahwa dalam Instagram Indira Kalistha telah terdapat semua unsur *image restoration* yang kuat berdasarkan lima strategi

image restoration menurut William Benoit. Kategori *reducing the offensiveness* yang menjadi *image restoration* paling dominan dalam Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020 meliputi *bolstering*, *minimalization*, *differentiation*, *attack the accusers*, dan *compensation*. Kategori *reducing the offensiveness* memiliki paling banyak unggahan pada dimensi *minimalization* dan *differentiation* yaitu unggahan yang menunjukkan bahwa Indira Kalistha merasa kasus itu hanyalah sandungan kecil belaka dan menganggap ada masalah lain yang lebih besar dibanding kasus tersebut. Adanya dominan dalam kategori tersebut mencerminkan *image restoration* yang dibangun oleh Indira Kalistha untuk membuat publik memiliki pemikiran yang sama dengannya, sehingga kasus tersebut tidak dibesar-besarkan oleh publik. Kategori *image restoration* tersebut menjadi *image restoration* paling kuat yang ditunjukkan oleh Indira Kalistha dalam Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020. Sehingga dengan semua unggahan yang ada pada Instagram Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020 menunjukkan *image restoration* yang kuat dan membuat eksistensi diri Indira Kalistha naik

kembali sehingga membuatnya mendapatkan kembali citra yang baik di mata publik secara perlahan.



Gambar 1. Contoh Unggahan Kategori Reducing the Offensiveness-Minimalization

Reducing the offensiveness adalah kategori *image restoration* yang paling sering ditemukan pada unggahan yang ada dalam *Instagram* Indira Kalistha, salah satunya yaitu *minimalization*, dimana banyak ditemukan unggahan yang menampilkan bahwa Indira hanya menganggap kasus yang sedang dialaminya hanyalah sandungan kecil belaka, gambar di atas adalah contoh unggahan yang termasuk dimensi *minimalization* dan merupakan bagian dari kategori *reducing the offensiveness*.

Apabila di lihat dalam unggahan tersebut, tampak di mana Indira dengan santainya berpose di depan kameranya seolah tidak terjadi apa-apa. Padahal gambar tersebut merupakan unggahan pertama setelah ia tersandung kasus terkait meremehkan hal-hal yang seharusnya dilakukan pada masa pandemi COVID-19 ini.



Gambar 2. Contoh Unggahan Kategori Reducing the Offensiveness - Differentiation

Gambar di atas adalah contoh unggahan yang menampilkan dimensi *differentiation* dalam *Instagram* Indira Kalistha, hal tersebut dikarenakan contoh unggahan pada gambar di atas memperlihatkan bahwa ada masalah lain yang lebih besar dibandingkan dengan kasusnya tersebut.

Contoh unggahan Indira di atas, dapat terlihat bahwa Indira tetap bersikap seperti biasanya. Ia mengunggah gambar wajahnya yang ia *edit* menggunakan aplikasi, secara tidak langsung ia ingin memberitahu publik bahwa kasus yang seda ia alami bukanlah hal yang besar.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disajikan pada bab sebelumnya, dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui dan menganalisis isi *image restoration* yang dibangun oleh Indira Kalistha, serta mengetahui *image restoration* paling dominan dipakai dalam kiriman *Instagram* Indira Kalistha sebagai sarana komunikasi dalam memperbaiki reputasi selama periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020. Setelah melakukan analisis, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Unggahan pada *Instagram* Indira Kalistha selama periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020 yang terdiri dari 16 unggahan, berdasarkan hasil yang diperoleh dalam tabel 4.16, keseluruhan unggahannya mencerminkan *image restoration* dengan mengambil ukuran dari lima strategi *image restoration* menurut William Benoit. Adapun dari 16 unggahan tersebut, terdiri lebih dari 1 kategori dan dimensi *image restoration*, dimana 13 unggahan atau 23,21% termasuk ke dalam dimensi *minimalization* dan *differentiation* kategori *reducing the offensiveness*. 10 unggahan atau 17,86% termasuk ke dalam dimensi *defeasibility* kategori *evasion of responsibility*, 4 unggahan atau 7,14% termasuk ke dalam dimensi *good intention* (*evasion of responsibility*) dan *bolstering* (*reducing the offensiveness*), 3 unggahan atau 5,36% termasuk ke dalam kategori *mortification* dan *corrective action*, 2 unggahan termasuk ke dalam dimensi *accident* (*evasion of responsibility*) dan kategori *denial*, dan 1 unggahan termasuk ke dalam dimensi *attack the accusers* dan *compensation* kategori *reducing the offensiveness*.
2. Sementara itu, *image restoration* yang paling dominan muncul pada konten *Instagram* Indira Kalistha periode 13 Mei hingga 13 Juni 2020, ialah *image restoration* kategori *reducing the offensiveness* dimensi *minimalization* dan *differentiation* yang mendapat perolehan frekuensi sebanyak 13 unggahan atau 23,21%.

V. SARAN

A. Saran Teoritis

Hendaknya bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat tema sejenis, mungkin dapat mencoba menggunakan metode penelitian yang berbeda (bukan analisis isi), dan meneliti akun jejaring sosial lain selain

Instagram.

B. *Saran Praktis*

Hendaknya Indira Kalistha lebih memperbanyak unggahan yang *image restoration* kategori *corrective action* dan *evasion of responsibility* dimensi *good intention*. Sebab meski bertindak biasa saja dan meminimalisasi kasus yang ada, namun Indira Kalistha tetaplah seorang *influencer*. Masyarakat cenderung akan mengikuti apa yang dilakukan idolanya, berikan contoh yang baik pada masyarakat dengan cara memperbaiki kesalahan yang ada, dan tidak mengulanginya kembali. Agar citra positif dapat terus melekat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Benoit, W. L. 1995. *Accounts, Excuses, and Apologies: A Theory of Image Restoration Strategies*, Albany: State University of New York Press.
- [2] Benoit, W. L. 1997. *Image Repair Discourse and Crisis Communication*. *Public Relations Review* 23(2).
- [3] Benoit, W. L., & Pang, A. 2008. *Crisis Communication and Image Repair Discourse*. Boston: Pearson.
- [4] Eriyanto. 2015. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- [5] Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations, Edisi kelima*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama
- [6] Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [7] Wahyuni, Hermin Indah. 2013. *Kebijakan Media Baru di Indonesia: Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan Media Baru di Indonesia*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.