

IMPRESSION MANAGEMENT MULI MEKHANAI

(Studi Kasus pada Anggota Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung)

(Skripsi)

Oleh:

ASMARANI HELDESTASIA



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

ABSTRAK

***IMPRESSION MANAGEMENT* MULI MEKHANAI**

(Studi Kasus Pada Anggota Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung)

Oleh

ASMARANI HELDESTASIA

Muli Mekhanai sebagai duta daerah bertugas untuk mempromosikan kebudayaan dan pariwisata Provinsi Lampung. Muli Mekhanai diketahui memiliki citra yang baik seperti berpenampilan menarik, berprestasi dan berperilaku baik, namun pada kenyataannya tidak semua Muli Mekhanai seperti itu sehingga menuntut mereka untuk melakukan *impression management*. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui *impression management* yang dilakukan Muli Mekhanai. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Dramaturgi Erving Goffman, dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Terdapat 8 orang informan yang terdiri dari 4 Muli dan 4 Mekhanai. Hasil penelitian ini Muli Mekhanai mengelola kesan melalui aspek penampilan dan perilaku. Pada *front stage* Muli Mekhanai sudah memainkan peran sebagai duta daerah dengan sangat baik dan dari 5 strategi Jones & Pittman mereka hanya menggunakan 3 strategi yaitu *ingratiation*, *self promotion* dan *exemplification*. Sedangkan pada *back stage* (lima) Muli Mekhanai tetap mengelola kesan melalui aspek penampilan meskipun jauh dari pengelolaan pada *front stage* dan 3 (tiga) Muli Mekhanai kembali menjadi diri sendiri melepaskan citra dalam kesehariannya.

Kata kunci : Dramaturgi, *Impression Management*, Muli Mekhanai.

ABSTRACT

IMPRESSION MANAGEMENT MULI MEKHANAI
(Case Study of Muli Mekhanai Bandar Lampung Bond)

By

ASMARANI HELDESTASIA

Muli Mekhanai as a regional ambassador was tasked with promoting the culture and tourism of Lampung Province. Muli Mekhanai is known to have a good image such as attractive appearance, good performance and behavior, but in reality not all Muli Mekhanai like that requires them to do impression management. The purpose of this study was to determine the impression management carried out by Muli Mekhanai through dramaturgy theory. This type of research is descriptive qualitative. There were 8 informants consisting of 4 Muli and 4 Mekhanai. The results of this study Muli Mekhanai manage impressions through aspects of appearance and behavior. On the front stage Muli Mekhanai has played a role as a regional ambassador very well and of the 5 Jones & Pittman strategies they are only use 3 strategies namely ingratiation, self promotion and exemplification. While at the 5 (five) back stage Muli Mekhanai still manages impressions through aspects of performance, although it is far from standardization of the front stage and 3 (three) Muli Mekhanai returns to being self-releasing images in his daily life.

Keywords: Dramaturgy, Impression Management, Muli Mekhanai.

IMPRESSION MANAGEMENT MULI MEKHANAI

(Studi Kasus pada Anggota Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung)

Oleh

ASMARANI HELDESTASIA

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2019**

Judul Skripsi : **IMPRESSION MANAGEMENT MULI MEKHANAI**
(Studi Kasus pada Anggota Ikatan Muli Mekhanai
Kota Bandar Lampung)

Nama Mahasiswa : **Asmarani Heldestasia**

No. Pokok Mahasiswa : 1416031027

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.
NIP 19750522 200312 2 002

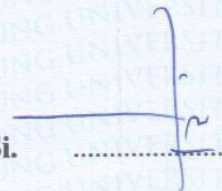
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dhanik Sulistyarini, S.Sos., MComn&MediaSt.
NIP 19760422 200012 2 001

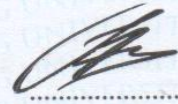
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : **Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.**



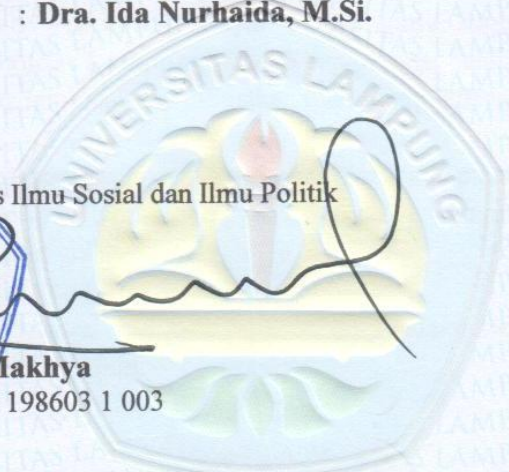
Penguji Utama : **Dra. Ida Nurhaida, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Syarif Makhya
NIP. 19590803 198603 1 003



Tanggal Lulus Ujian Skripsi : **07 Februari 2019**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Asmarani Heldestasia
NPM : 1416031027
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat Rumah : Jalan S. Parman Gang. H. Ali No. 23/3B Pelita
No. Handphone : 089643214642

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi saya yang berjudul ***Impression Management Muli Mekhanai (Studi kasus pada anggota Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung)*** adalah benar-benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuatkan oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian/skripsi saya, ada pihak-pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak-pihak manapun.

Bandar Lampung, 15 Febuari 2019

Saya yang Menyatakan,



Asmarani Heldestasia

NPM. 1416031027

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Asmarani Heldestasia. Dilahirkan di Bandar Lampung pada tanggal 15 Februari 1996. Penulis merupakan putri pertama dari tiga bersaudara, buah hati dari pasangan Ir. Helmansyah Halim dan Ir. Deslina Isa. Penulis menempuh pendidikan di TK Trisula Bandar Lampung pada tahun 2001, SDN 2 Palapa Bandar Lampung pada tahun 2002, SMPN 9 Bandar Lampung pada tahun 2008, dan SMAN 1 Bandar Lampung pada tahun 2011. Pada tahun 2014 penulis terdaftar sebagai mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Astomulyo, Kecamatan Punggur, Kabupaten Lampung Tengah pada Januari 2017, dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Komunikasi, Informasi dan Statistik Provinsi Lampung pada bulan Agustus 2017.

Motto

*“You’re very valuable, don’t let anyone hurting you and
the best way to take revenge against those who hurt you is
to be more successful than him”*

- Asmarani Heldestasia -

PERSEMBAHAN

BISMILLAHIROHMANIROHIM

Dengan menyebut nama Allah yang Maha Pengasih
lagi Maha Penyayang
Kupersembahkan karya kecilku ini kepada kedua
orangtuaku tercinta
Mamaku Ir. Deslina Isa dan Papaku Ir. Helmansyah
Halim
Serta adik-adiku tersayang Annisa Cahyani
Heldestasia
dan Dea Rahma Heldestasia

SANWACANA

Alhamdulillahirobbilalamiin, segala puji bagi Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan terbaik bagi umat manusia, penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“*Impression Management Muli Mekhanai (Studi kasus pada anggota Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung)*”** yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT.
2. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung Bapak Dr. Syarief Makhya.
3. Ibu Dhanik Sulistyarini, S.Sos., M.com&MediaSt selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung sekaligus Dosen Pembimbing Akademik, terima kasih untuk segala kerja kerasnya untuk kemajuan jurusan Ilmu Komunikasi serta keikhlasannya dalam mendidik dan saran dalam membantu mahasiswa selama ini.
4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung. Terima kasih untuk segala keikhlasannya dalam mendidik dan membantu mahasiswa selama ini.

5. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak masukan yang baik dan meluangkan banyak waktu dan kesabaran dalam membimbing dan memberikan penulis banyak ilmu dan pengetahuan baru yang bermanfaat selama penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dosen Pembahas Skripsi yang telah memberikan saran dan kritik yang membangun sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik serta meluangkan banyak waktunya.
7. Seluruh dosen, staff, administrasi dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis selama berkuliah dan selama penelitian ini dilakukan.
8. My parents, to beloved mom my guardian angel sent from heaven and Papa who always supported me in every situations and conditions, thankful for everything you're given to me. You're my best parents I ever had. I love you, Both.
9. My lovely sisters, Annisa Cahyani Heldestasia and Dea Rahma Heldestasia. Terima kasih sudah menjadi adik-adik yang pintar dan penurut, meskipun kakak terlihat cuek, but you know so much I love you both. Keep being a good sisters.
10. My dearest Pengusaha Muda, Achmad Kanzulfikar S.I.Kom dan Sarah Novita Sari S.I.Kom since 2014. Thank you for becoming a friends that is so perfect, a friends who always I need and friends that I deserve to have. Terima kasih atas cacian, makian dan candaan kalian yang selalu membuat

tertawa. Semoga persahabatan ini terus terjaga sampai kita menggapai kesuksesan yang kita harapkan.

11. Untuk Tania Tapis Saka, terima kasih selalu mendengarkan keluh kesah dari kelas 2 SMA sampai lo sekarang sudah menikah. Terima kasih sudah menjadi teman yang sangat menyebalkan, merepotkan dan gaptek. Semangat skripsinya tan semoga kita menjadi orang yang sukses.
12. Untuk Mutia Balqis, Destri, Siti, Nuvus, Dhalia, Gadis, Ucup Metro, Audhy, Ratih, Meydina, Metha, Fadhilah, Gele, Berkah, Bayu, Miki. Terima kasih atas bantuan dan semangat selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini dan persahabatan dari awal kuliah sampai sekarang. Sukses untuk kita semua.
13. Untuk Blankly Squad, especially M. Rinaldo, thank you for the time we're spent together, no more words can I explain to you, I've forgive you. Untuk Dika, Romi, Ari, Niko, Satria, Pram, Risang, Acil, Aulia terima kasih atas kekonyolan kalian
14. Untuk kakak-kakak Komunikasi , Kak Ade, Kak Amel, Kak Gege, Kak Eky, Kak Fina terima kasih atas masukan dan motivasi yang sudah kalian berikan.
15. Untuk teman-teman puberku, Deka, Nyunyun, Bebe, Belinda, Abu, terima kasih sudah menemani kenakalanku dulu ketika jaman perang.
16. Untuk teman-teman SMA, Artha, Widya, Arum, Nadila, Tasya, Yossi, Rizki terima kasih sudah menjadi teman yang sangat ceria dan penuh drama.

17. Untuk teman-teman Trio Macanku, Amma dan Intan Kapitan terima kasih karena kita dulu pernah gaul.
18. Teman-teman KKN Desa Astomulyo, Kecamatan Punggur, Lampung Tengah. Rahmi Intan, Lusiana, Alvita, Nabila, Sabrina, Mba Yopi, Mba Riri, Sofi, Ayu, Fajri, Fazri, Galan dan bang Tio. Terima kasih telah menjadi keluarga yang sangat luar biasa selama 40 hari. Terima kasih untuk semua waktu, bantuan dan tenaganya, semoga kedepannya kita semua bisa sukses di jalannya masing-masing.
19. Teman-teman PKL Dinas Komunikasi, Informasi dan Statistik Provinsi Lampung, Ratih, Niko, Siti, Destri, Mutia. Terima kasih sudah menjadi teman sekaligus keluarga baru, terima kasih telah memberikan banyak ilmu pengetahuan dan wawasan tentang pemerintahan terutama dibidang Komunikasi.
20. Semua pihak yang telah memberikan kontribusi terhadap penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Bandar Lampung, 7 Januari 2019

Penulis,

Asmarani Heldestasia

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR BAGAN	iv
DAFTAR GAMBAR	v
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Komunikasi	12
2.2.1 Pengertian Komunikasi	12
2.2.2 Tujuan Komunikasi	13
2.2.3 Unsur-unsur Komunikasi	14
2.2.4 Karakteristik dan Fungsi Komunikasi	14
2.2.5 Proses Komunikasi	15
2.3 <i>Impression Management</i> Sebagai Proses Komunikasi	17
2.4 Muli Mekhanai	21
2.5 Landasan Teori	
2.5.1 Teori Dramaturgi	24
2.6 Kerangka Pemikiran.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	30
3.2 Definisi Konseptual.....	31
3.3 Lokasi Penelitian	32
3.4 Fokus Penelitian	32
3.5 Teknik Penentuan Informan.....	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.7 Teknik Analisis Data.....	35
3.8 Sumber Data.....	36

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Muli Mekhanai	38
4.2 Gambaran Umum IMKOBAL	41

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5. Hasil Penelitian	45
5.1 Profil Informan	46
5.2 Hasil Observasi	55
5.3 Hasil Wawancara	59
5.3.1 <i>Back Stage</i>	60
5.3.2 <i>Front Stage</i>	78
5.4 Pembahasan	112

BAB VI KESIMPULAN

6.1 Kesimpulan	119
6.2 Saran	121

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**

Lampiran Pedoman Observasi	122
Lampiran Pedoman Wawancara	124
Lampiran Transkrip Wawancara Informan	126
Lampiran Dokumentasi	161

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu	8
Tabel 2. Kriteria Penentuan Informan	33
Tabel 3. Daftar Informan Informan	33
Tabel 4. Identitas <i>back stage</i>	61
Tabel 5. Latar belakang sebelum menjadi Muli Mekhanai	62
Tabel 6. Kegiatan <i>back stage</i>	63
Tabel 7. Penampilan <i>back stage</i>	65
Tabel 8. Perilaku <i>back stage</i>	68
Tabel 9. Komunikasi <i>back stage</i>	71
Tabel 10. Ekspresi <i>back stage</i>	73
Tabel 11. Tanggapan orang lain pada <i>back stage</i>	75
Tabel 12. Tanggapan diri sendiri pada <i>back stage</i>	77
Tabel 13. Alasan dan tujuan menjadi Muli Mekhanai	79
Tabel 14. Perubahan setelah menjadi Muli Mekhanai	82
Tabel 15. Kontribusi sebagai Muli Mekhanai	85
Tabel 16. <i>Setting Front Pribadi</i>	87
Tabel 17. Penampilan <i>front stage</i>	89
Tabel 18. <i>Front Pribadi</i>	93
Tabel 19. Komunikasi <i>front stage</i>	95
Tabel 20. Perilaku <i>front stage</i>	97
Tabel 21. Ekspresi <i>front stage</i>	100
Tabel 22. <i>Impression Management</i> Muli Mekhanai	103
Tabel 23. Peran khusus Muli Mekhanai	105
Tabel 24. Tanggapan orang lain ketika <i>front stage</i>	108
Tabel 25. Tanggapan diri sendiri ketika <i>front stage</i>	110

DAFTAR BAGAN

Bagan	Halaman
Bagan 1. Kerangka Pemikiran.....	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar1. Acara Grand Final Muli Mekhanai Kota 2017.....	46
Gambar2. Acara Grand Final Muli Mekhanai Kota 2017.....	47
Gambar3. Photoshoot Juara Muli Mekhanai 2018.....	49
Gambar4. Pasca Interview Semifinalis Muli Mekhanai Kota 2017.....	50
Gambar5. Kunjungan ke Gabovira	51
Gambar6. Photoshoot Juara Muli Mekhanai Kota 2018.....	52
Gambar7. Kunjungan ke Gabovira	53
Gambar8.Acara Grand Final Muli Mekhanai Kota 2017.....	54
Gambar 9. Aktivitas Keseharian Informan Risty	55
Gambar 10. Rapat Internal Bersama Pengurus IMKOBAL.....	56
Gambar 11. Pelatihan Internal Muli Mekhanai di Hotel Horison	57

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Muli dan Mekhanai adalah sebutan bagi bujang dan gadis Lampung. Muli yang berarti perempuan, dan Mekhanai yang berarti laki-laki. Muli Mekhanai merupakan putra-putri pilihan yang telah melalui proses seleksi dan penilaian dalam rangkaian pemilihan Muli dan Mekhanai Lampung yang tak terpisahkan dari pelaksanaan *Event* Begawi Bandar Lampung yang setiap tahunnya diadakan oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandar Lampung untuk menjaring sosok-sosok remaja terbaik di Provinsi Lampung dan telah tercatat bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada jumlah wisatawan setiap tahunnya. (Reza, 2018: \2)

Muli Mekhanai adalah putra-putri pilihan yang menjadi *icon* pariwisata yang bertugas untuk mempromosikan Provinsi Lampung khususnya di bidang kebudayaan dan pariwisata. Muli Mekhanai juga bisa disebut sebagai komunikator yang dapat menyampaikan pesan-pesan atau informasi terkait bidang pariwisata dan budaya Lampung serta dapat memberikan dampak positif bagi kebudayaan Lampung.

Muli Mekhanai merupakan salah satu aset sumber daya manusia yang kreatif, inovatif, dinamis, berbudaya, memiliki kemampuan dan wawasan yang luas, berwawasan lingkungan serta mampu meningkatkan citra pariwisata daerah Lampung di tingkat nasional maupun internasional. Hal itu tentunya ditunjang dengan penampilan dan wajah yang menarik yang kemudian diarahkan untuk terwujudnya Muli Mekhanai sebagai duta pariwisata Lampung sebagai generasi yang berkualitas, santun, berdedikasi untuk melestarikan Lampung. Dengan kompetensi berdasarkan tuntutan kriteria ideal yang dimiliki, tentunya syarat-syarat tersebut yang harus dipenuhi oleh semua peserta.

Muli Mekhanai yang sudah terpilih nantinya tergabung dengan organisasi khusus Muli Mekhanai yang merupakan organisasi resmi kepemudaan berbadan hukum dalam lingkungan pemerintahan, baik kota maupun kabupaten. Para Muli Mekhanai tersebut kemudian diberikan masa tugas selama 1 (satu) tahun untuk bekerja sama dengan Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Lampung dalam upaya melestarikan Provinsi Lampung khususnya di bidang kebudayaan dan pariwisata. Dengan tergabungnya mereka di organisasi tersebut, mereka diajarkan bagaimana cara berkomunikasi, berinteraksi yang baik, berpenampilan menarik dan berwawasan luas. Yang nantinya dengan adanya organisasi khusus Muli Mekhanai dapat mencetak Muli Mekhanai yang berkualitas dan berkompeten.

Meski dalam pelaksanaannya tak sedikit ditemui sosok-sosok yang harus terus menerus ditempa dan dipoles *pasca* acara pemilihan. Mengingat setiap personal terdapat sisi yang masih terpendam baik secara mental, personal maupun bakat yang mereka punya. Tak semua sosok yang terlibat dalam ajang Pemilihan Muli Mekhanai adalah sosok yang benar-benar sesuai dengan standar penilaian yang ditetapkan. Terkadang kekurangan pada tampilan, kemampuan bahkan pembawaan personal yang masih dirasa belum maksimal.

Di dalam kegiatan Muli Mekhanai dapat menjadikan wadah bagi sosok-sosok terbaik seperti panggung bagi mereka yang berbakat dan memiliki *passion* di dunia menyanyi, *Master of Ceremony*, *fashion show* dan bidang-bidang lainnya yang butuh praktik langsung. Termasuk terlibat dalam acara yang dibuat oleh para Muli Mekhanai tersebut ataupun acara dari pihak lain, baik berperan sebagai pengisi acara maupun sebagai kru atau panitia acara.

Keterlibatan tersebut bertujuan untuk membiasakan pribadi Muli Mekhanai bersosialisasi dengan ragam sosok berlainan latar belakang, sehingga diharapkan dapat menghasilkan pribadi Muli Mekhanai yang pandai bergaul dan paham tata krama pergaulan secara langsung. Pada dasarnya seorang Muli Mekhanai menjalankan aktivitasnya seperti para remaja pada biasanya, tidak terlalu banyak terdapat perbedaan dalam kehidupan sehari-hari. Hanya saja ketika mereka menjalankan tugasnya sebagai Muli Mekhanai mereka dituntut untuk totalitas dengan

memainkan peran atau mengelola kesan yang baik di depan banyak orang, sesuai dengan kesan yang akan mereka timbulkan.

Muli Mekhanai dapat memainkan berbagai peran dan mengasumsikan identitas yang relevan untuk mendefinisikan sesuatu yang ingin ditonjolkan dari dirinya. Ada simbol-simbol tertentu yang tercakup dalam presentasi dirinya diciptakan untuk mengelola kesan, baik itu berupa komunikasi *verbal* maupun *non verbal* yang dapat digunakan untuk memperkuat identitas peran yang ia mainkan.

Dalam hal ini pengelolaan kesan Muli Mekhanai adalah untuk membentuk persepsi masyarakat tentang bagaimana citra Muli Mekhanai karena seorang Muli Mekhanai merupakan panutan dan juga contoh untuk para remaja lain agar para remaja tersebut dapat meniru hal-hal positif yang dipresentasikan oleh Muli Mekhanai tersebut. Menjadi Muli Mekhanai tentunya tidak lepas dari interaksi dan komunikasi dengan khalayak. Disinilah terdapat perbedaan *front stage* dan *back stage* Muli Mekhanai.

Front stage seorang Muli Mekhanai adalah ketika mereka menjalankan tugasnya sebagai duta pariwisata Provinsi Lampung, yang berpenampilan menarik, menggunakan *make up* dan pakaian yang terbaik, anggun, berwibawa, sopan dan juga dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang lain pada saat acara tertentu yang berhubungan dengan aktivitas Muli Mekhanai. Fenomena ini tergambar jelas bahwa Muli Mekhanai secara sadar memainkan perannya pada saat

didepan panggung untuk membangun persepsi yang positif didepan masyarakat sesuai dengan kesan yang ingin mereka peroleh.

Berbeda dengan *front stage* seorang Muli Mekhanai, *back stage* adalah saat mereka menjalani kehidupan sehari-hari, tidak semua Muli Mekhanai memiliki kepribadian, berpenampilan, atau ber-*attitude* seperti saat berada pada *front stage*. Saat berada pada *back stage* mereka cenderung tidak memperhatikan penampilan, tidak menggunakan riasan, ada pula yang *introvert*, tidak aktif dalam kehidupan sehari-harinya dan bahkan ada yang tidak bertutur kata yang baik. Muli Mekhanai secara sadar memainkan peran dibelakang panggung secara apa adanya tanpa perlu menutupi sesuatu atau menggunakan topeng seperti pada *front stage*.

Seperti yang kita tahu seorang Muli Mekhanai merupakan *icon* Provinsi Lampung yang memiliki penampilan dan wajah yang menarik, ber-*attitude*, berwawasan luas, dimana masyarakat melihat para Muli Mekhanai merupakan orang-orang yang berkompeten, populer, kehidupan yang *prestige* (bergengsi) dan memiliki citra yang baik, namun pada kenyataannya masih banyak ditemui Muli Mekhanai yang memiliki kekurangan, baik dari penampilan, perilaku dan pengetahuan.

Dengan adanya perbedaan pada *front stage* dan *back stage*, seorang Muli Mekhanai diharapkan dapat dengan bijak mengelola kesan mereka didepan banyak orang untuk mempertahankan citra seorang Muli Mekhanai.

Dalam penelitian ini, penulis memilih anggota dari Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung sebagai objek penelitian. Karena Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung ini sangat berperan aktif disetiap agenda yang diadakan oleh Kota Bandar Lampung khususnya Dinas Pariwisata setiap tahunnya. Berdasar uraian diatas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana para Muli Mekhanai mengelola kesan dan memainkan berbagai peran serta mengasumsikan identitas yang relevan untuk mendefinisikan sesuatu yang ingin ditonjolkan dari dirinya melalui Teori Dramaturgi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana *impression management* pada panggung depan (*front stage*) yang dilakukan oleh Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung?
2. Bagaimana *impression management* pada panggung belakang (*back stage*) yang dilakukan oleh Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu:

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *impression management* yang dilakukan oleh Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung.

1.4. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran atau memperkaya konsep dan teori terhadap ilmu pengetahuan serta memberikan kontribusi terhadap ilmu komunikasi khususnya mengenai *impression management* atau Pengelolaan Kesan.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbangkan pemikiran terhadap pemecahan masalah yang berkaitan dengan masalah sosial yang ada di kehidupan masyarakat dewasa tentang *impression management* Muli Mekhanai.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulan

Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti-peneliti yang sebelumnya. Penelitian terdahulu dalam tinjauan pustaka memudahkan penulis dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis dari teori maupun konseptual.

Dalam hal ini peneliti mencari studi penelitian yang berhubungan dengan penelitian ini, dimana penelitian ini membahas tentang *impression management* Muli Mekhanai. Ada tiga tinjauan tentang penelitian terdahulu yang digunakan oleh penulis sebagai bahan pembelajaran, diantaranya adalah:

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian	Kontribusi Penelitian
Finajar Oktini (Universitas Lampung, 2018)	Pengelolaan Kesan Pekerja Seks Komersial di Media Sosial	Peneliti ini dalam penelitiannya sama-sama menggunakan teori Dramaturgi <i>Impression Management</i>	Penelitian ini dilakukan dengan subyek penelitian PSK melalui media sosial twitter, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti, penulis memilih subyek Muli Mekhanai dan bagaimana mereka mengelola kesan dimasyarakat.	Menjadi referensi bagi peneliti untuk membantu proses penyusunan penelitian yang berhubungan dengan pengelolaan kesan.
Adhella Kasmita (Universitas Riau, 2016)	Pengelolaan Kesan Gay Di Kota Pekanbaru	Peneliti ini didalam penelitiannya sama-sama menggunakan teori pengelolaan kesan untuk mementuk persepsi masyarakat.	Penelitian ini dilakukan dengan subyek penelitian Gay di Kota Pekanbaru, sedangkan pada penelitian yang akan diteliti, penulis memilih subyek Muli-Mekhanai dan bagaimana panggung depan dan belakang yang ditimbulkan selama menjadi Muli Mekhanai.	Menjadi referensi peneliti dalam proses penelitian dan membantu dalam memahami panggung dramaturgi (<i>front stage, middle stage dan back stage</i>)
A Reza Yuanda (Universitas Lampung, 2018)	Ajang Pencarian Bakat : Kajian Wacana Popularitas Pada Masyarakat Dewasa Ini	Didalam penelitian ini, peneliti sama-sama meneliti tentang Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung	Penelitian ini mengkaji wacana popularitas, sedangkan dalam penelitian ini peneliti menggunakan kajian teori dramaturgi.	Menjadi referensi bagi peneliti untuk mengetahui lebih dalam mengenai latar belakang dan kehidupan Muli Mekhanai

1. Skripsi Finajar Oktini (Universitas Lampung, 2018)

Tinjauan tentang penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai bahan pembelajaran ialah skripsi yang berjudul *Pengelolaan Kesan Pekerja Seks Komersial di Media Sosial (Studi Dramaturgi Pekerja Seks Komersial Kota Bandar Lampung di Twitter)* yang ditulis oleh Finajar Oktini Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Unila 2013. Penelitian ini bertujuan untuk menelaah dan menguak lebih jauh tentang presentasi diri yang dibangun oleh PSK dengan melihat peran yang disembunyikan dan peran yang ditonjolkan melalui media *Twitter*. Informan dalam penelitian ini adalah PSK yang ada di akun *twitter* @fla_lp9 dan @Missel_lmpg01. Hasil dari penelitian tersebut adalah para pelaku pekerja seks komersial ini pula menganggap bahwa penggunaan media sosial sangatlah efektif untuk mempromosikan bisnis prostitusi tersebut dan mereka memainkan perannya dengan baik melalui media *Twitter*.

2. Skripsi Adhella Kasmita (Universitas Riau, 2016)

Tinjauan tentang penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai bahan pembelajaran ialah skripsi yang berjudul *Pengelolaan Kesan Gay Di Kota Pekanbaru*, yang ditulis oleh Adhella Kasmita Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Riau 2016. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengelolaan kesan seorang gay yang ada di Pekanbaru menggunakan teori Dramaturgi dan mengetahui bagaimana *front stage* dan *back stage* seorang gay di Kota Pekanbaru. Penentuan Informan dilakukan dengan cara *purposive sampling*. Informan ditemukan peneliti sebagai saudara peneliti dan memiliki banyak perbedaan dengan gaya hidupnya. Hasil dari penelitian tersebut adalah kehidupan informan sebagai anggota masyarakat di panggung depan dan

belakang merupakan hasil pengelolaan kesan yang dibentuk sedemikian rupa agar memenuhi harapan dan eksistensi diri sebagai pribadi sosial yang disesuaikan dengan norma dan nilai yang berlaku.

3. Skripsi A Reza Yuanda (Universitas Lampung, 2018)

Tinjauan tentang penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai bahan pembelajaran ialah skripsi yang berjudul *Ajang Pencarian Bakat : Kajian Wacana Popularitas Pada Masyarakat Dewasa Ini*, yang ditulis oleh A Reza Yuanda Jurusan Sosiologi Universitas Lampung 2018. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengkaji secara mendalam tentang wacana popularitas masyarakat dewasa dalam ajang pencarian bakat Muli Mekhanai di Kota Bandar Lampung menggunakan teori wacana popularitas. Penentuan informan dilakukan dengan cara *purposive sampling* dan yang menjadi informannya adalah Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung. Hasil dari penelitian ini adalah bahwa pemuda pemudi Kota Bandar Lampung mengikuti Ajang Pencarian Bakat yang marak saat ini seperti Muli Mekhanai, selain ingin membangun potensi diri mereka menginginkan kepopularitasnya dengan tujuan ingin dikenal, dikagumi, bahkan di agungi oleh masyarakat itu sendiri.

2.2. Komunikasi

2.2.1. Pengertian Komunikasi

Komunikasi adalah prasyarat kehidupan manusia. Kehidupan manusia akan tampak hampa apabila tidak ada komunikasi. Karena tanpa komunikasi, interaksi antar manusia, baik secara perorangan, kelompok ataupun organisasi tidak mungkin akan terjadi.

Definisi komunikasi harus dilihat dari kemanfaatannya untuk menjelaskan fenomena yang didefinisikan dan mengevaluasinya.

Berikut merupakan beberapa definisi komunikasi menurut para ahli:

1. Bernad Berelson dan Gary A. Steiner: Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi.
2. Stewart. L. Tubbs dan Sylvia Moss : Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih.
3. Harold Laswell : komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut; *Who Says What in Which Chan* (Mulyana, 2003: 62,69).

Dengan demikian, maka sampailah kita pada dasar ilmu komunikasi, yaitu bahwa apabila suatu pesan tidak mencapai efek yang diinginkan, maka yang bersalah adalah pihak komunikator. Maka definisi dari komunikasi berdasarkan diatas. Komunikasi merupakan pengoperan

lambang dan bertujuan partisipasi ataupun motivasi. (Susanto, 1977 : 97)

2.2.2. Tujuan Komunikasi

Adapun tujuan dari proses komunikasi adalah:

1. Perubahan sikap
2. Perubahan pendapat
3. Perubahan perilaku
4. Perubahan sosial. (Effendy, 1993:55).

Suatu proses komunikasi yang langsung mempunyai tujuan. Tujuan yang dipaparkan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Perubahan sikap, adalah komunikasi dapat merubah sikap setelah dilakukan suatu proses komunikasi.
2. Perubahan pendapat, perubahan pendapat dapat terjadi dalam suatu komunikasi yang tengah dan sudah berlangsung dan tergantung bagaimana komunikator menyampaikan komunikasinya.
3. Perubahan perilaku, perubahan perilaku dapat terjadi bila dalam suatu proses komunikasi, apa yang dikemukakan komunikator sesuai dengan yang disampaikan hal ini tergantung kepada kredibilitas komunikator itu sendiri.
4. Perubahan sosial, yaitu perubahan yang terjadi dalam tatanan masyarakat itu sendiri sesuai dengan lingkungan ketika berlangsungnya komunikasi.

2.2.3. Unsur-unsur Komunikasi

Definisi Lasswell tentang komunikasi secara eksplisit dan kronologis menjelaskan tentang lima komponen yang terlibat dalam komunikasi (Riswandi, 2009:3), yaitu:

1. Siapa, yakni pelaku komunikasi pertama yang mempunyai inisiatif atau sumber.
2. Mengatakan apa, yakni isi informasi yang disampaikan.
3. Kepada siapa, yakni pelaku komunikasi lainnya yang dijadikan sasaran penerima.
4. Melalui saluran apa, yakni alat atau saluran penyampaian informasi.
5. Dengan akibat atau hasil apa, yakni hasil yang terjadi pada diri penerima.

2.2.4. Karakteristik dan Fungsi Komunikasi

Berdasarkan definisi-definisi tentang komunikasi, dapat diperoleh gambaran bahwa komunikasi mempunyai beberapa karakteristik (Riswandi, 2009:4) sebagai berikut:

1. Komunikasi adalah suatu proses atau upaya yang disengaja dan mempunyai tujuan.
2. Komunikasi menuntut adanya partisipasi dan kerja sama dari para pelaku yang terlibat.
3. Komunikasi bersifat simbolis dan transaksional.
4. Komunikasi menembus faktor ruang dan waktu.

Menurut Harold D. Lasswell dalam Nurudin (2008:15), fungsi-fungsi komunikasi ialah sebagai berikut:

1. Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*). Fungsi ini dijalankan oleh para diplomat, etase dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan.
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisahkan dari masyarakat untuk menanggapi lingkungannya (*correlation of the part of society in responding to the environment*). Fungsi ini diperankan oleh para editor, wartawan dan juru bicara sebagai penghubung respon internal.
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi (*transmission of the social heritage*). Fungsi ini adalah para pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi.

2.2.5. Proses Komunikasi

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses Komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Proses komunikasi dapat terjadi apabila ada interaksi antar manusia dan ada penyampaian pesan untuk mewujudkan motif komunikasi.

Tahapan proses komunikasi adalah sebagai berikut :

1. Penginterpretasian (Penafsiran).

Hal yang diinterpretasikan adalah motif komunikasi, terjadi dalam diri komunikator. Artinya, proses komunikasi tahap pertama bermula sejak motif komunikasi muncul hingga akal budi komunikator berhasil menginterpretasikan apa yang ia pikir dan rasakan ke dalam pesan. Proses penerjemahan motif komunikasi ke dalam pesan disebut *interpreting*.

2. Penyandian.

Tahap ini masih ada dalam komunikator dari pesan yang bersifat abstrak berhasil diwujudkan oleh akal budi manusia kedalam lambang komunikasi. Tahap ini disebut *encoding*, akal budi manusia berfungsi sebagai *encoder*, alat penyandi: merubah pesan abstrak menjadi konkret.

3. Pengiriman.

Proses ini terjadi ketika komunikator melakukan tindakan komunikasi, mengirim lambang komunikasi dengan peralatan jasmaniah yang disebut *transmitter*, alat pengirim pesan.

4. Perjalanan.

Tahapan ini terjadi antara komunikator dan komunikan, sejak pesan dikirim hingga pesan diterima oleh komunikan.

5. Penerimaan.

Tahapan ini ditandai dengan diterimanya lambang komunikasi melalui peralatan jasmaniah komunikan.

6. Penyandian balik.

Tahap ini terjadi pada diri komunikan sejak lambang komunikasi diterima melalui peralatan yang berfungsi sebagai receiver hingga akal budinya berhasil menguraikannya (*decoding*).

2.3. *Impression Management* Sebagai Proses Komunikasi

Impression Management atau pengelolaan kesan juga secara umum dapat didefinisikan sebagai sebuah teknik presentasi diri yang didasarkan pada tindakan mengontrol persepsi orang lain secara cepat dengan mengungkapkan aspek yang dapat menguntungkan diri sendiri atau tim. Tujuannya tak lain ialah untuk memberikan penonton sebuah kesan yang konsisten sesuai dengan yang diinginkan oleh aktor itu sendiri. (Goffman, 1959: 122).

Menurut Argyle (Dayakisni, 2006: 93) ia mengemukakan ada 3 (tiga) motivasi primer pengelolaan kesan, yaitu keinginan untuk mendapatkan imbalan materi atau sosial, untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri dan untuk mempermudah pengembangan identitas diri. Motivasi untuk mengelola kesan biasanya sering terjadi dalam situasi yang melibatkan tujuan-tujuan penting dimana individu yang melakukannya merasa kurang puas dengan kesan yang diproyeksikan saat ini.

Teori *impression management* meliputi cara dimana orang menetapkan dan mengkomunikasikan kesesuaian antara tujuan pribadi atau organisasi dan tindakan mereka yang dimaksudkan untuk menciptakan persepsi

publik yang merupakan realitas dasar untuk membentuk asumsi bahwa persepsi orang lain tentang diri atau organisasi akan menjadi kenyataan dari situ mereka membentuk ide dan perilaku dasar. (Goffman, 1959: 86)

Sebagian orang mungkin berpikir bahwa pengelolaan kesan seperti ini sebagai sesuatu yang *manipulatif*. Pengelolaan kesan dianggap sebagai sebuah strategi yang bertentangan dengan apa yang disebut “*Be Yourself*”. Hal ini tidak sejalan dengan kejujuran tentang siapa diri kita sesungguhnya, tentang perasaan dan keyakinan yang sebenarnya.

Namun demikian, anggapan seperti ini sebetulnya keliru. Aspek-aspek dari kepribadian yang menjadi identitas kita amatlah luas. Dalam interaksi sosial, orang lain perlu banyak waktu dan usaha untuk mengetahui semua itu dari diri kita. Tidak jarang orang lain jadi salah menilai tentang diri kita akibat keterbatasan yang ada. Belum lagi adanya pengaruh-pengaruh *internal* yang sedang mengganggu sehingga kita tidak dapat menunjukan diri kita sebagaimana mestinya. (Finajar, 2018: 23)

Pada umumnya pengelolaan kesan mengarah pada kehati-hatian terhadap tindakan yang tidak diharapkan, seperti gerak isyarat yang tidak diharapkan, gangguan yang tidak menguntungkan, kesalahan bicara maupun tindakan yang diharapkan seperti membuat adegan. Oleh karena itu, perlu memilih aspek-aspek apa saja untuk ditampilkan dari satu situasi ke situasi yang lain sesuai dengan tujuannya. Aspek-aspek yang kita pilih ini tentu saja merupakan identitas sesungguhnya, maka dari itu diperlukan taktik untuk mencapai tujuan itu.

Jones & Pittman (1982: 235) menyatakan untuk membangun sebuah sistem untuk merekam bermacam-macam perilaku pengelolaan kesan terdapat 5 (lima) kelompok teoritik dari pengelolaan kesan telah diidentifikasi paling banyak digunakan oleh setiap individu. Sistem tersebut mencakup lima strategi, yaitu:

1. *Ingratiation*

Tindakan yang dilakukan untuk terlihat menarik dengan cara memuji diri sendiri, memuji orang lain, menyetujui pendapat yang ada, melakukan hal-hal baik seperti memberi bantuan dan hadiah, menutupi kelemahan dengan menunjukkan kelebihan.

2. *Intimidation*

Dilakukan agar terkesan berbahaya. Menimbulkan rasa takut pada lawan, dengan memberikan ancaman, meluapkan amarah, pamer kekuasaan atau kekuatan.

3. *Self Promotion*

Dilakukan agar orang lain terkesan, dengan terlihat kompeten. Dilakukan dengan cara memberikan penjelasan deskriptif, unjuk kemampuan dan prestasi.

4. *Exemplification*

Menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas, dengan jalan menunjukkan dirinya sebagai seseorang yang peduli, disiplin, jujur, dermawan, serta rela berkorban. Dilakukan agar dihormati dan dikagumi.

5. *Supplication*

Menampilkan dirinya sebagai orang yang lemah, tidak berdaya. Menunjukkan ketergantungannya pada orang lain, agar orang lain berbelas kasihan dan kemudian memberikan bantuan.

Sandra Metts (dalam Littlejohn & Foss, 2009: 507-508) menyatakan beragam teori telah disajikan untuk menjelaskan pengelolaan kesan atau *impression management*. Namun, kesemuanya dapat diintegrasikan ke dalam suatu model hierarki proses pengelolaan kesan yang ditandai dengan tujuan interaksi. Terdapat 4 (empat) tujuan, yaitu :

1. *Demonstrating social competence*

Para pelaku saling berinteraksi secara mulus sehingga terbentuk identitas sosial tanpa melakukan banyak usaha untuk mencapainya.

2. *Impression construction*

Keterampilan menginterpretasi suatu situasi kemudian diwujudkan dalam strategi pengelolaan kesan yang diasumsikan dapat membentuk kesan yang sesuai. Kunci agar suatu proses interaksi berjalan dengan mulus adalah kemampuan untuk melakukan pengawasan terhadap kesan yang dibuat.

3. *Protecting impression integrity*

Para pelaku interaksi hendaknya menaruh perhatian terhadap berbagai ancaman yang mungkin ada dan harus dapat menghindari ancaman tersebut atau meminimalisir ancaman yang ada baik ancaman ke diri maupun orang lain.

4. *Restoring impression integrity*

Hal ini dilakukan ketika para pelaku interaksi merasa bahwa segala daya upaya untuk menghindari kehilangan muka menemui kegagalan. Strategi restorasi menitikberatkan pada restorasi karakter moral atau perilaku yang tidak sesuai.

2.4. Muli Mekhanai

Muli Mekhanai merupakan sebutan bagi bujang dan gadis Lampung, merupakan putra-putri pilihan yang telah melalui proses seleksi dan penilaian di dalam rangkaian pemilihan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung. Pelaksanaan Pemilihan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung merupakan cabang kegiatan dari Begawi Bandar Lampung yang setiap tahun di adakan secara berkesinambungan dalam rangka hari jadi Kota Bandar Lampung dan tercatat bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada jumlah wisatawan setiap tahunnya. (Reza, 2018: 13)

Selain itu keragaman budaya yang ada di Provinsi Lampung menjadikan sebuah kekayaan tersendiri dan keunikan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung. Mengingat Kota Bandar Lampung di diami oleh beragam Adat istiadat, bukan hanya suku asli Lampung tetapi juga suku-suku lain. Sehingga diharapkan kelak akan ditemukan beragam sosok-sosok terbaik dengan pencapaian terbaik masing-masing personal yang kelak akan menjadikan generasi muda yang unggul. (Dinas Pariwisata Kota Bandar Lampung, 2012: 35).

Muli Mekhanai merupakan *icon* pariwisata Provinsi Lampung berperan sebagai duta yang bertugas untuk mempromosikan Provinsi Lampung. Dengan kompetensi berdasarkan tuntutan kriteria ideal yang dimiliki, Muli Mekhanai dapat benar-benar menjalankan tugas pokok dan fungsinya sebagai duta daerah dalam membantu pemerintah provinsi dalam meningkatkan kunjungan wisatawan. Dengan adanya Muli Mekhanai juga bertujuan untuk memberikan contoh kepada para remaja-remaja yang ada di Provinsi Lampung agar para remaja tetap terus melestarikan budaya Lampung dan membangun budaya serta pariwisata Lampung. (Reza, 2018: 34)

Untuk menjadikan budaya dan pariwisata Lampung dikenal oleh masyarakat luas dan bahkan menjadi salah satu tujuan utama wisatawan, maka budaya dan pariwisata Lampung perlu dikomunikasikan kepada masyarakat luas melalui promosi budaya dan pariwisata. Budaya dan pariwisata adalah hal yang sifatnya dapat berubah sesuai dengan perkembangan zaman.

Kebudayaan Lampung seperti tarian dan kain tapis memang tidak berubah bentuk dan jenisnya, namun seiring majunya teknologi dan masuknya kebudayaan asing maka kebudayaan Lampung pun perlu melakukan inovasi dalam kegiatan promosinya agar tetap lestari. Bukan mengganti atau menghilangkan karakteristik dari kebudayaan tersebut, akan tetapi memberikan sentuhan baru melalui ide-ide segar agar kebudayaan yang sudah ada tidak terkesan usang.

Kegiatan promosi kebudayaan dan pariwisata Lampung merupakan tanggung jawab pemerintah daerah Lampung yang dipegang oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Lampung. Melalui kegiatan promosi budaya dan pariwisata Lampung maka akan banyak wisatawan nusantara dan mancanegara yang datang, dengan begitu pendapatan daerah pun akan meningkat, hal ini menjadi suatu keuntungan bagi sektor perekonomian Lampung yang akan merambat ke sektor lainnya.

Pemilihan Muli Mekhanai dilakukan secara selektif, karena tujuan dari diadakannya audisi pemilihan Muli Mekhanai ini dapat mencari sosok remaja terbaik di Kota Bandar Lampung untuk ikut andil dalam perkembangan Kota Bandar Lampung khususnya di bidang pariwisata. Dengan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih baik lagi dengan memberikan pelatihan dan pembekalan secara *intensive*.

Pemilihan ini pada dasarnya merupakan ajang pencarian duta Lampung dengan mengambil semua jenis kelamin sebagai perwakilan Lampung yang dapat memberikan info secara komprehensif tentang Provinsi Lampung dalam *event* pariwisata nasional, dan juga penghargaan kepada pemuda-pemudi Lampung yang memiliki wawasan luas tentang Provinsi Lampung. (Reza, 2018: 30)

Para Muli Mekhanai ini di kelompokkan berdasarkan tingkatan kabupaten, kota dan Provinsi. Yang kemudian diberikan pembekalan berupa cara berkomunikasi, *berattitude*, berpakaian, bersosialisasi dan membentuk citra.

Dengan adanya pembekalan ini menjadikan Muli Mekhanai sebagai pemuda-pemudi yang berkompeten sehingga mereka dapat menjadi *Icon* Lampung yang dapat membanggakan Provinsi Lampung. Dengan adanya Muli Mekhanai sebagai duta pariwisata diharapkan dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

2.5. Landasan Teori

2.5.1. Teori Dramaturgi

Teori Dramaturgi adalah suatu pendekatan yang lahir dari pengembangan Teori Interaksionisme Simbolik. Dramaturgi muncul untuk memenuhi kebutuhan akan pemeliharaan keutuhan diri dan menjadi suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka dan lingkungan tempat dia berada. (Goffman, 1959: 78)

Hidup diibaratkan sebagai sebuah panggung yang memiliki kisah. Masing-masing manusia memerankan tokoh-tokoh yang saling berinteraksi satu sama lain dalam berbagai konteks kehidupan. Dalam proses interaksi sosial yang dilakukan oleh manusia, maka ia hanya dapat melihat penampilan atau apa yang ditampilkan oleh manusia lainnya.

Penampilan diri manusia saat berinteraksi di atas panggung kehidupan yang disertai dengan penggunaan berbagai perlambang untuk mencapai tujuan tertentu inilah yang coba dijelaskan oleh teori dramaturgi.

Dalam teori Dramaturgi menjelaskan bahwa identitas manusia tidaklah stabil, identitas manusia bisa aja berubah-ubah tergantung dari interaksi dengan orang lain. Dramaturgi dipopulerkan oleh Erving Goffman salah satu seorang sosiologi yang paling berpengaruh pada abad 20. Goffman memperkenalkan konsep dramaturgi yang memusatkan perhatian atas kehidupan sosial sebagai serangkaian pertunjukan drama yang mirip dengan pertunjukan di panggung terdapat aktor dan penonton (Goffman, 1959: 144).

Kehidupan sosial dapat dibagi menjadi panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). *Front stage* merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka sedang memainkan peranya di atas panggung sandiwara dihadapan khalayak penonton. Sebaliknya *back stage* merujuk kepada tempat dan peristiwa yang memungkinkan mempersiapkan peranya diwilayah depan atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan peranya pada *front stage*. (Mulyana 2003: 114)

Menggali segala macam perilaku yang kita lakukan seperti pertunjukan kehidupan kita sehari-hari menampilkan diri kita sendiri dengan cara seperti seorang aktor menampilkan karakter orang lain dalam sebuah pertunjukan drama, jadi disini dalam teori dramaturgi memiliki 2 (dua) panggung yaitu:

1. Panggung depan (*front stage*)

Di bagian inilah seorang aktor mencoba menampilkan sosok ideal dari dirinya melalui peran-peran tertentu yang dipilih dalam menjalankan proses interaksi sosial dengan khalayak. Pada *front stage* inilah dimunculkan identitas palsu dan menyembunyikan hal-hal tertentu dalam pertunjukan mereka kepada individu tersebut guna memaksimalkan peran yang dimainkannya pada *front stage* tersebut dimana ia dapat menyesuaikan diri dengan situasi penontonnya. (Rakhmat, 2001: 97)

Front stage terdapat 2 (dua) aspek yaitu *appearance* (penampilan) dan *manner* (perilaku) sebagai penunjang ketika berhadapan dengan orang lain. *Front stage* sangat penting karena merupakan awal dari apa yang akan ditampilkan, pada bagian *front stage* pastinya semua orang akan memberikan yang terbaik dihadapan orang lain, hal ini dilakukan untuk pencitraan diri positif bagi dirinya yang menjadi aktor, dalam segi kostum dan tindakan verbal maupun non verbal, apa yang ditampilkan pada *front stage* atau wilayah depan belum tentu sama dengan apa yang dilakukan pada *back stage*.

Setiap individu pasti ingin perilaku-perilaku yang baik untuk adanya respon timbal balik dari orang lain, dan mungkin sebaliknya apabila memperlihatkan yang buruk maka orang lain akan menilai buruk kepadanya. Sehingga *front stage* harus direncanakan dengan

matang apa yang ingin kita tampilkan terhadap orang lain karena orang lain lah yang menilainya. Dan ini sangat penting dengan apa yang akan ditampilkan pada *front stage*.

2. Panggung Belakang (*back stage*)

Back stage adalah ruang pribadi yang tidak diketahui orang lain, tempat seseorang atau sekelompok orang leluasa untuk menampilkan wajah aslinya dan juga dapat menjadi wilayah dimana seseorang dapat mempersiapkan segala atribut yang berguna untuk pertunjukan pada *front stage*. (Mulyana, 2010: 58)

Pada *back stage* ini seorang aktor dapat berperilaku bebas tanpa memedulikan bagaimana perilaku yang harus dibawakan. Di *back stage* inilah seorang aktor bersikap lebih bijaksana dan menghilangkan kesan sama ketika berada pada *front stage*. Menggunakan bahasa sehari-hari, berpenampilan sesuai dengan kesehariannya, dan menjalani kehidupan seperti biasanya yang terlepas dari kegiatan yang ada pada *front stage*..

Back stage identik dengan lingkungan keluarga, dan pada saat para aktor tidak menggunakan atribut pada *front stage*. Mereka melakukan keseluruhan dari aktivitas secara natural dan akan tampil “seutuhnya” dalam arti identitas aslinya.

2.6. Kerangka Pemikiran

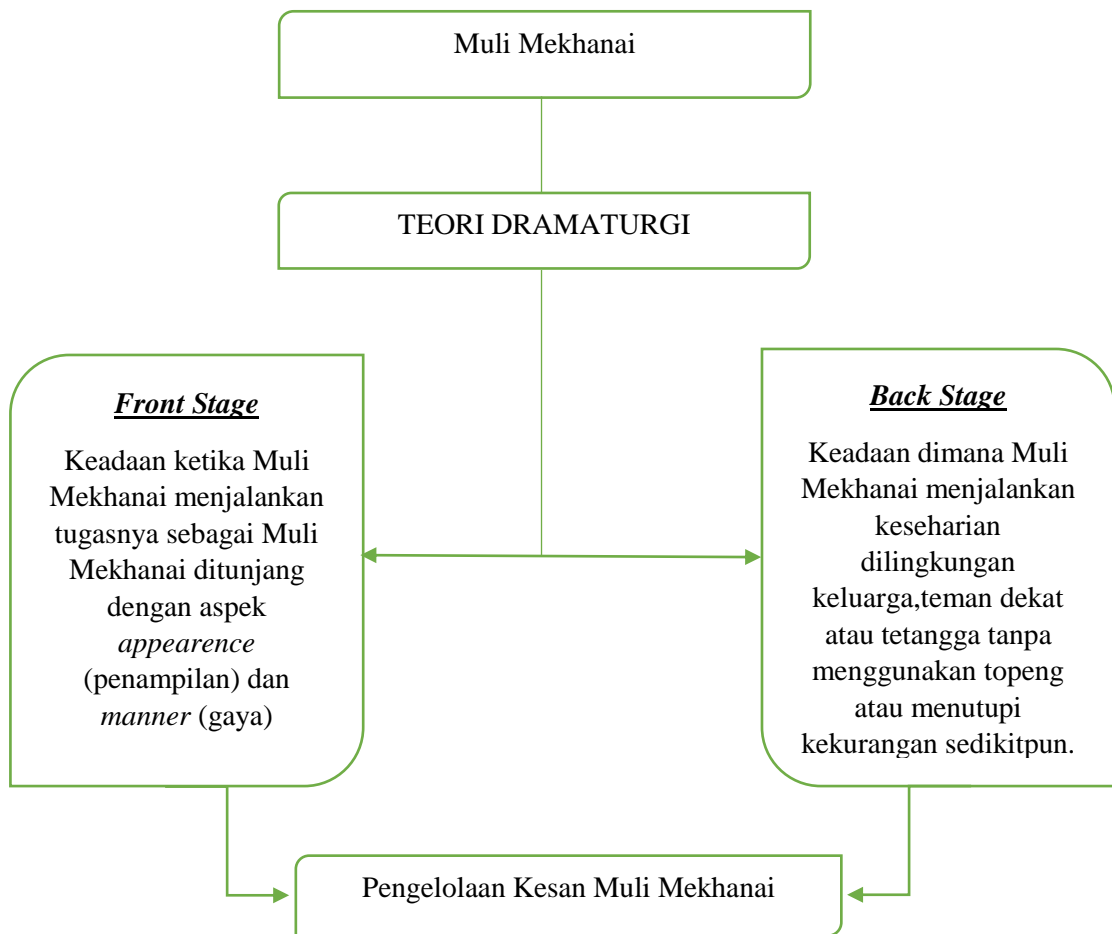
Pada penelitian ini didasari pada kerangka pemikiran secara teoritis dan praktis, adapun fokus dari judul penelitian ini adalah *Impression Management* Muli Mekhanai. Dan menurut penelitian ini, manusia selalu berusaha membuat kesan tertentu pada diri orang lain dengan menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu.

Tidak banyak orang mengetahui apa itu *impression management* atau yang biasa disebut pengelolaan kesan jika tidak disertakan dengan artinya, karena pada dasarnya kata tersebut belum banyak digunakan dalam pengaplikasian di kehidupan sehari-hari, bahkan bagi mahasiswa komunikasi itu sendiri.

Teori Dramaturgi menjelaskan bahwa identitas Muli Mekhanai bisa saja berubah-ubah tergantung dengan siapa mereka berinteraksi. Muli Mekhanai tentunya tidak lepas dari interaksi dan komunikasi dengan khalayak, disinilah Muli Mekhanai mengelola kesan sesuai dengan kesan yang ingin mereka dapatkan dari orang lain.

Dalam hal ini, penulis ingin menjelaskan peran Muli Mekhanai dilihat dari panggung depan dan panggung belakang dikaji melalui konsep Dramaturgi mengenai pengelolaan kesan untuk mengetahui seorang Muli Mekhanai selayaknya panggung sandiwara.

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian yang akan peneliti susun adalah:



Bagan 1. Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dilakukan untuk memahami tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deksripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2004: 4)

Penelitian kualitatif berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengadakan analisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitian pada usaha menemukan teori dari dasar, bersifat deskriptif, mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi pada fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, rancangan penelitiannya bersifat sementara dan hasil penelitiannya disepakati oleh pihak peneliti dan subjek penelitian. (Moleong, 2007: 8-13)

3.2. Definisi Konseptual

Menurut Singarimbun dan Efendi (2008: 43), definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Berdasarkan pengertian tersebut maka definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. *Impression Management* atau **Pengelolaan Kesan**

Pengelolaan Kesan Muli Mekhanai adalah ketika mereka secara sadar memainkan 2 (dua) peran yang berbeda di depan orang lain untuk membentuk persepsi tentang diri mereka sesuai dengan apa yang diharapkan oleh Muli Mekhanai, baik ketika menjalani tugas sebagai Muli Mekhanai ataupun ketika berada di lingkungan keluarga, teman dekat ataupun tetangga.

2. **Panggung Depan** (*Front Stage*)

Panggung depan Muli Mekhanai yaitu ketika mereka menjalankan tugas sebagai Muli Mekhanai yang dituntut untuk dapat memberikan kesan yang baik didepan orang lain, dimana terdapat 2 (dua) aspek yaitu penampilan dan perilaku ditunjang dengan *setting front pribadi* maupun *front pribadi* dimana mereka menunjukkan penampilan yang dapat mencerminkan bahwa diri mereka layak disebut sebagai Muli Mekhanai.

3. Panggung Belakang (*Back Stage*)

Panggung belakang Muli Mekhanai yaitu ketika mereka menjalani kehidupan sehari-hari dimana mereka tidak perlu menutupi kekurangan yang ada pada diri mereka, berperilaku dan berinteraksi dengan orang lain secara bebas sesuai dengan kepribadian mereka. Ketika dipanggung belakang Muli Mekhanai secara leluasa mengekspresikan dirinya, menunjukkan sifat asli dan wajah asli mereka tanpa polesan riasan dan pakaian yang mewah serta tidak perlu menggunakan bahasa formal seperti ketika mereka berada didepan panggung.

3.3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini di Kota Bandar Lampung. Alasan dipilihnya lokasi penelitian ini karena mengumpulkan data dan informan tersebut tersebar di Kota Bandar Lampung.

3.4. Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah *Impression Management* atau pengelolaan kesan Muli Mekhanai pada saat didepan dan dibelakang panggung. Penelitian ini diarahkan untuk mengetahui kesan-kesan apa yang ingin ditampilkan oleh seorang Muli Mekhanai. Terdapat 2 (dua) peran yang dapat dimainkan saat mengelola kesan, yaitu panggung depan terdapat 2 (dua) aspek yaitu penampilan dan perilaku, serta panggung belakang adalah *self*, yaitu semua bagian yang tersembunyi dimana Muli

Mekhanai dapat kembali menjadi dirinya sendiri tanpa pengelolaan kesan.

3.5. Teknik Penentuan Informan

Dalam penelitian kualitatif, yang menjadi bahan pertimbangan dalam pengumpulan data adalah pemilihan informan. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel melalui informan kunci yang dapat digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2009: 223,300).

Adapun pertimbangan kriteria yang digunakan dalam pemilihan informan penelitian pada Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung yaitu:

Tabel 2. Kriteria Penentuan Informan

No.	Kriteria
1.	Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung
2.	Muli Mekhanai 2017-2018
3.	Berprestasi
4.	Bersedia di wawancara dan memberikan data

Berdasarkan kelima faktor tersebut, maka peneliti memilih 8 (delapan) orang informan, yaitu:

Tabel 3. Daftar Informan

No.	Nama Informan	Status
1.	Chaindra Adityas Ramadhan	IMKOBAL 2017
2.	M. Angky Wijaya	IMKOBAL 2017
3.	Maulida Yunisah Pusparini	IMKOBAL 2018
4.	I Made Ghana Erlangga Putra	IMKOBAL 2017
5.	Risty Nadya Sabrina	IMKOBAL 2017

No.	Nama Informan	Status
6.	M. Firly	IMKOBAL 2018
7.	Deanita Alawi	IMKOBAL 2017
8.	Ellenia Dafni	IMKOBAL 2017

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2012: 238).

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Teknik Wawancara

Teknik wawancara ini dilakukan untuk memperoleh informasi secara langsung dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada informan dengan menggunakan pedoman dimana peneliti dan informan bertatap muka secara langsung, karena peneliti ingin memperoleh informasi dan pemahaman dari aktivitas, kejadian, serta pengalaman hidup seseorang yang tidak dapat diobservasi secara langsung. Dengan metode ini peneliti dapat mengeksplorasi informasi dari subjek secara mendalam. Sehingga nantinya diperoleh gambaran yang *komprehensif* tentang *Impression Management*.

2. Teknik Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan peneliti untuk mengamati atau mencatat suatu peristiwa dengan penyaksian langsung, dan biasanya peneliti dapat sebagai partisipan

atau observer dalam menyaksikan atau mengamati suatu objek peristiwa yang sedang ditelitinya (Ruslan, 2006: 221)

Penelitian ini menggunakan observasi non-partisipan, yaitu dilakukan dengan mengamati perilaku informan dengan kesesuaian teori yang peneliti gunakan yaitu teori Dramaturgi salah satunya melalui observasi dengan melihat dan mengamati Muli Mekhanai yang menjadi informan pada penelitian ini. Diantaranya melihat dan mengamati *impression management* atau pengelolaan kesan yang mereka lakukan.

3. Teknik Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi adalah pengumpulan data melalui dokumen-dokumen dari hasil wawancara dan observasi berupa foto, rekaman suara, catatan buku. (Usman Dan Satiady Akbar, 2008: 69).

3.7. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil penelitian kualitatif sudah menganalisis dan menguraikan secara deskriptif dengan cara sebagai berikut:

1. Reduksi Data

Dalam teknik analisis data, reduksi data merupakan hal pertama yang harus dilakukan dalam menganalisis data yaitu meliputi proses penataan data mentah, yaitu catatan lapangan, rekaman maupun dokumen. Pemilihan didasarkan pada hasil penulisan ulang,

transkripsi, maupun memo dan catatan reflektif saat peneliti mengumpulkan data.

2. Display Data

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dilakukan dengan mendeskripsikan hasil temuan dari kegiatan wawancara terhadap informan serta menampilkan dokumen sebagai penunjang data.

3. Verifikasi

Verifikasi merupakan tahapan penulisan ulang, pada tahapan ini penarikan kesimpulan dilakukan secara cermat dengan melakukan verifikasi berupa tinjauan ulang pada catatan-catatan lapangan sehingga data yang ada dapat teruji kebenarannya. Hasil data wawancara dari informan kemudian ditarik kesimpulannya sehingga jelas maknanya.

3.8. Sumber Data

Sumber data adalah segala sesuatu yang dapat memberikan informasi mengenai data. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi 2 (dua), yaitu:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang didapatkan dan langsung dikumpulkan oleh peneliti langsung dari sumbernya tanpa perantara. Data yang didapat langsung melalui wawancara mendalam dengan melakukan

tanya jawab langsung dengan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang dikumpulkan dari penelitian sebelumnya untuk menjadi acuan peneliti dalam menyusun penelitian ini. Dalam hal ini, peneliti memperoleh data dari sumber literatur berupa buku dan jurnal-jurnal yang berkaitan, dalam bentuk dokumen, buku-buku maupun internet yang berhubungan dengan penelitian yang akan ditulis oleh peneliti.

BAB IV

GAMBARAN UMUM

4.1. Gambaran Umum Muli Mekhanai

Muli Mekhanai merupakan sebutan dalam bahasa Lampung yang memiliki arti Muli adalah perempuan dan Mekhanai adalah laki-laki. Dahulu sebutan Muli Mekhanai hanya digunakan oleh masyarakat Lampung yang ada di Kabupaten ataupun Desa. Dalam masyarakat Lampung Muli Mekhanai juga merupakan suatu kedudukan secara adat, yang juga memiliki tugas-tugas dalam acara adat seperti acara perkawinan dan didalam satu kampung, Muli Mekhanai dipimpin oleh satu kepala bujang dan satu kepala gadis. (Reza, 2018: 45)

Namun seiring dengan perkembangan zaman saat ini, sebutan Muli Mekhanai sudah sangat melekat ditelinga masyarakat Lampung, baik dikampung-kampung ataupun diperkotaan, bahkan sampai Nasional. Muli Mekhanai saat ini erat dikaitkan dengan Duta Provinsi Lampung guna untuk membantu pemerintah meningkatkan kunjungan wisatawan melalui kebudayaan dan pariwisata.

Muli Mekhanai sering disebut sebagai *icon* Provinsi Lampung yang telah melalui beberapa proses seleksi dan penilaian dalam rangkaian pemilihan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung.

Pelaksanaan Pemilihan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung merupakan cabang kegiatan dari Begawi Bandar Lampung yang setiap tahun di adakan secara berkesinambungan dalam rangka hari jadi Kota Bandar Lampung dan tercatat bahwa terjadi peningkatan yang cukup signifikan pada jumlah wisatawan setiap tahunnya. Adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi adalah sebagai berikut:

1. Ketentuan Khusus

- a. Pria/Wanita, berusia 17–24 tahun dan belum pernah menikah.
- b. Berdomisili di Kota Bandar Lampung (dibuktikan dengan KTP/KTM/Kartu Pelajar).
- c. Memiliki tinggi badan minimal 170cm (untuk pria) dan 165cm (untuk wanita) dengan berat tubuh yang ideal.
- d. Berpenampilan menarik, memiliki bakat dan prestasi dibidang tertentu (dibuktikan dengan lampiran piagam penghargaan atas prestasi yang telah diraih).
- e. Melampirkan foto *close up*, tampak samping dan seluruh badan sebanyak masing–masing 1 (satu) lembar ukuran 4R.

2. Ketentuan Umum

- a. Seluruh peserta diwajibkan mengikuti rangkaian audisi.
- b. Setiap peserta memiliki kemampuan sebagai 3 (tiga) syarat utama penilaian (*mentality, personality and talent*), kemampuan komunikasi yang baik, menguasai Bahasa Inggris atau Bahasa Asing lainnya, memiliki pengetahuan umum dan pengetahuan terhadap Seni dan Budaya Lampung serta

potensi Pariwisata khususnya di Kota Bandar Lampung secara umum.

- c. Bersedia mengikuti rangkaian kegiatan setelah lolos audisi, sesuai dengan jadwal kegiatan terlampir. (Reza, 2018: 49)

Pemilihan Muli Mekhanai dilakukan secara selektif, karena tujuan dari diadakannya pemilihan Muli Mekhanai ini dapat mencari sosok remaja terbaik di Kota Bandar Lampung untuk ikut andil dalam perkembangan Kota Bandar Lampung khususnya di bidang kebudayaan dan pariwisata. Dengan ini diharapkan dapat memberikan dampak yang lebih baik lagi dengan memberikan pelatihan dan pembekalan secara *intensive*.

Para Muli Mekhanai yang sudah terpilih kemudian dikelompokkan berdasarkan tingkatan Kabupaten, Kota dan Provinsi. Yang kemudian diberikan pembekalan berupa cara berkomunikasi, ber-*attitude*, berpakaian, bersosialisasi. Dengan adanya pembekalan ini menjadikan Muli Mekhanai sebagai pemuda-pemudi yang berkompeten sehingga diharapkan dapat membantu pemerintah dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.

4.2. Gambaran Umum IMKOBAL (Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung)

IMKOBAL adalah singkatan dari Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung yang merupakan suatu organisasi resmi kepemudaan berbadan hukum dalam lingkungan Pemerintah Kota Bandar Lampung sejak mendapat tanda tangan pengesahan Walikota Bandar Lampung melalui Surat Keputusan tertanggal 28 Oktober 2008. Meski kemudian pada perjalanannya mendapat pembenahan dalam tata struktur organisasi dengan penambahan beberapa bagian dan personil ditahun 2009. Pada 2010 IMKOBAL kembali terjadi revisi pada bagian inti organisasi dan pembenahan dalam draft AD/ART. Jadilah sejak 2010 kepengurusan periode dua beroperasi hingga November 2018. Berikut adalah susunan pengurus Ikatan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung:

1. Dewan Penasehat : Walikota Bandar Lampung
2. Dewan Pembina : 1. Sekretaris Kota Bandar Lampung
: 2. Ibu Walikota Bandar Lampung
: 3. Kepala Dinas Kebudayaan dan
Pariwisata Kota Bandar Lampung
3. Ketua Pengurus IMKOBAL
4. Wakil Ketua Pengurus IMKOBAL
5. Sekretaris
6. Wakil Sekretaris
7. Bendahara
8. Wakil Bendahara

9. Bidang Sosial Kemasyarakatan
 - a. Ketua
 - b. Wakil Ketua
 - c. Anggota
10. Bidang Seni Budaya dan Pariwisata
 - a. Ketua
 - b. Wakil Ketua
 - c. Anggota
11. Bidang Peningkatan Mutu dan Pendayagunaan Sumber Daya Manusia
 - a. Ketua
 - b. Wakil Ketua
 - c. Anggota
12. Bidang Administrasi dan Kelembagaan
 - a. Ketua
 - b. Wakil Ketua
 - c. Anggota

Sumber: <http://imkobal.blogspot.com/2011/06/surat-keputusan-dan-sturktur-pengurus.html> (diakses pada Jumat, 8 Febuari 2019 pukul 19.04 WIB)

IMKOBAL dipercaya penuh oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandar Lampung mengelola sistem pemilihan dengan mandat agar sistem yang di buat dapat mencetak SDM (Sumber Daya Manusia) calon Muli Mekhanai terbaik di Bandar Lampung, itulah sebabnya standar penerimaan Muli Mekhanai dilakukan dengan sistem audisi, agar semaksimal mungkin dapat menjaring sosok sosok remaja terbaik di Bandar Lampung.

Meski dalam pelaksanaannya tak sedikit ditemui sosok yang harus terus dipoles *pasca* acara pemilihan. Mengingat setiap personal terdapat sisi yang masih terpendam baik secara mental, personal maupun bakat yang mereka punya. Tak semua peserta yang mengikuti pemilihan Muli Mekhanai Kota Bandar Lampung adalah sosok yang benar-benar sesuai dengan *standard* penilaian yang ditetapkan. Terkadang kekurangan pada penampilan, kemampuan bahkan pembawaan personal yang masih dirasa belum maksimal. Itulah salah satu bagian tugas dari IMKOBAL. Termasuk dalam hal mempersiapkan sosok yang dianggap pantas mewakili Kota Bandar Lampung di ajang pemilihan Muli Mekhanai Provinsi Lampung.

Penunjukan perwakilan Kota Bandar Lampung tidak hanya didasari atas kesiapan fisik semata, tetapi juga kematangan kemampuan dan pembawaan personal yang dirasa telah siap. Meski pada dasarnya setiap personal dapat mengajukan diri menuju ajang tingkat provinsi tetapi si personal juga harus siap mengikuti serangkaian pembekalan dan persiapan. Jika dirasa kurang maksimal, IMKOBAL akan menunda pengiriman si personal di tahun mendatang.

IMKOBAL selanjutnya bertindak memberi arahan dan bekal agar Muli Mekhanai yang belum maksimal dapat lebih baik lagi. Tak jarang IMKOBAL memberi wadah bagi mereka yang berbakat dan memiliki '*passion*' di dunia menyanyi, MC, *fashion show* dan bidang lainnya yang butuh praktik langsung. Termasuk terlibat dalam *event-event* baik yang di

buat oleh IMKOBAL maupun *event* pihak lain yang berhubungan dengan IMKOBAL, baik berperan sebagai pengisi acara maupun sebagai kru atau panitia acara. Keterlibatan tersebut bertujuan untuk membiasakan pribadi Muli Mekhanai bersosialisasi dengan ragam sosok berlainan latar belakang, sehingga di hasilkan pribadi Muli Mekhanai yang pandai bergaul dan paham tata krama pergaulan secara langsung.

Memang tak dapat di pungkiri bahwa IMKOBAL cukup tegas dalam hal aturan organisasi. Siapapun yang terlibat dalam ajang pemilihan Muli Mekhanai Bandar Lampung tentu secara otomatis berkenan mengindahkan hal-hal yang berlaku dalam aturan organisasi karena IMKOBAL berbentuk organisasi bukan ajang perkumpulan muda-mudi apalagi model *agency*.

Selain itu IMKOBAL juga berperan melakukan pengawasan dalam setiap gelaran acara atau program yang selalu dilaksanakan setiap angkatan tahun pemilihan. Dan yang tidak kalah penting adalah keharusan jajaran Muli Mekhanai Bandar Lampung untuk berkarya nyata, memberikan sesuatu yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan juga pada almamater IMKOBAL.

BAB VI

KESIMPULAN

6.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan mengenai *impression management* atau pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Muli Mekhanai, yaitu sebagai berikut :

1. *Front stage* yaitu wilayah ketika Muli Mekhanai menjalankan tugasnya sebagai *icon* Lampung dan memainkan peran dengan sangat baik sesuai dengan apa yang mereka ingin timbulkan, ditunjang dengan aspek penampilan dan perilaku. *Impression management* pada *front stage* dilakukan melalui aspek penampilan dan perilaku. Pada aspek penampilan mereka menggunakan pakaian dan atribut sesuai acara yang akan dihadiri seperti selempang, baju adat, tapis, sulam usus dan menggunakan aksesoris seperti jam tangan, sepatu hak tinggi, anting, kalung, gelang, untuk Muli mereka menggunakan *make up* yang cukup tebal dan untuk Mekhanai lebih menonjolkan kepada aksesoris dan pakaian yang mereka kenakan. Pada aspek perilaku mereka berperilaku dengan sangat sopan, santun, ramah dan menjaga tutur kata serta bahasa yang mereka gunakan, dan juga mimik wajah untuk merepresentasikan kepribadian Muli Mekhanai yang ideal.

Pada *front stage* ini Muli Mekhanai menggunakan 3 (tiga) strategi dari 5 (lima) strategi yang dikemukakan oleh Jones & Pittman (1982: 78) yaitu:

a. *Ingratiation*

Muli Mekhnai menutupi kekurangan yang ada didiri mereka dengan cara menunjukkan kelebihan, mulai dari cara berpenampilan, berperilaku dan berkomunikasi.

b. *self promotion*

Muli Mekhanai menunjukkan kemampuan dan prestasi mereka dihadapan banyak orang, dilakukan agar terlihat berkompeten.

c. *exemplification.*

Muli Mekhanai menunjukkan bahwa dirinya bermoral dan berintegritas, cara ini dilakukan agar mereka dihormati dan dihargai.

2. *Back stage* yaitu wilayah dimana Muli Mekhanai menjalankan kehidupan sehari-harinya ditengah-tengah lingkungan keluarga, teman dekat ataupun tetangga tanpa perlu bersandiwara untuk menutupi kekurangan yang tidak ingin mereka tunjukan. Pada *back stage* para informan meninggalkan atribut dan identitas mereka sebagai Muli Mekhanai, berpenampilan dan berperilaku menjadi dirinya sendiri. Dari sekian aspek *impression management*, hanya dari segi pakaian saja mereka tetap melakukan *impression management* dikarenakan pemahaman para informan yang menganggap bahwa, dalam menjalani kehidupan penampilan harus tetap dijaga dan diperhatikan meski pada

back stage sekalipun. Hal tersebut dilakukan agar mereka terlihat layak dan sopan dihadapan orang-orang terdekat seperti keluarga dan sahabat ataupun individu lainnya yang senantiasa berinteraksi pada bagian *back stage*. Meski standarisasi pakaian ini jauh lebih terkesan santai dibandingkan ketika berada pada *front stage*.

6.2. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, penulis memiliki beberapa saran yang perlu diperhatikan, antara lain sebagai berikut :

1. Jika selanjutnya ada penelitian yang mengangkat topik serupa, diharapkan peneliti lainnya untuk dapat melakukan observasi yang lebih mendalam dan melakukan pendekatan terhadap calon informan untuk memastikan apakah informan tersebut memiliki peran yang berbeda-beda.
2. Pada penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambahkan dengan teori yang lain seperti teori komunikasi antarpribadi, untuk mendapatkan hasil yang beragam dalam mengenai penelitian *impression management* Muli Mekhanai.

DAFTAR PUSTAKA

- Dayakisni, T & Hudaniah. 2006. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Lampung. 2012. *Selamat Datang di Lampung*. Bandar Lampung: CV. Surya.
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Ilmu Komunikasi dan Praktek*. PT. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Goffman, E. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. New york: Doubleday Anchor.
- Jones, E.E. & Pittman, T.S. 1982. *Toward a General Theory of Strategic selfpresentation*. In J. Suls (Ed.), *Psychological Perspective on The Self*. Lawrence Erlbaum: Hillsdale.
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2009. *Teori Komunikasi, edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- _____ 2007. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- _____ 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____ 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurudin, 2008. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Raja GrafindoPersada.
- Rakhmat, Djalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya.
- Riswandi. 2009. *Ilmu komunikasi*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 2008. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.

Sugiyono. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____ 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, Astrid. 1977. *Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*. Bandung: Bina Cipta.

Usman, Husaini & Purnomo Setiady Akbar. 2008. *Metodologi Penelitian Sosial*. PT. Bumi Aksara: Jakarta.

Skripsi :

Adhella Kasmita. 2016. *Pengelolaan Kesan Gay Di Kota Pekanbaru*. Skripsi. Universitas Riau.

Finajar Oktini. 2018. *Pengelolaan Kesan Pekerja Seks Komersial Di Twitter (Studi Dramaturgi Pekerja Seks Komersial Kota Bandar Lampung di Twitter*. Skripsi. Universitas Lampung.

Reza Yuanda. 2018. *Ajang Pencarian Bakat : Kajian Wacana Popularitas Pada Masyarakat Dewasa Ini*. Skripsi. Universitas Lampung.

Sumber Internet :

<http://imkobal.blogspot.com/2011/06/surat-keputusan-dan-sturktur-pengurus.html> diakses pada Jumat, 8 Febuari 2019 pukul 19.04 WIB