

**PENGELOLAAN KESAN MAHASISWA PENGGUNA OOTD STYLE DI INSTAGRAM  
(Studi Dramaturgi pada Mahasiswa Pengguna Foto OOTD di akun @ootdupi)**

**Mochamad Adam Fauzi<sup>1</sup>, Reni Nuraeni<sup>2</sup>**

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Jl. Telekomunikasi No. 1 Terusan Buah Batu Bandung

Email: adamfauzi18@gmail.com<sup>1</sup>, rezn\_ns@yahoo.com<sup>2</sup>

**Abstrak**

*Instagram menjadi sebuah media sosial yang digandrungi oleh kaum remaja khususnya mahasiswa. OOTD Style menjadi sebuah trend fashion yang terus berkembang mengikuti zaman dengan menunjukkan outfit yang dipakainya di hari itu. Permainan peran dilakukan oleh mahasiswa pengguna OOTD Style melalui pengelolaan kesan yang dibuat untuk dapat tampil sebaik-baiknya hingga mendapatkan predikat sebagai mahasiswa yang fashionable. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui penampilan panggung depan dan panggung belakang serta mendeskripsikan pengelolaan kesan mahasiswa pengguna OOTD Style yang di repost oleh akun @ootdupi di media sosial Instagram. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan format deskriptif dengan pendekatan dramaturgi berdasarkan paradigma konstruktivis. Informan terdiri dari tiga informan utama dan satu informan pendukung. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa image yang dibangun oleh mahasiswa pengguna OOTD Style yaitu melalui dramaturgi dan pengelolaan kesan di Instagram sebagai panggung depannya. Kesan fashionable ditunjukkan oleh ketiga informan melalui pemilihan outfit yang dipakai hingga berbagai macam hal penunjang lainnya agar foto outfit of the day yang ditunjukkan ketiga informan di Instagram terlihat lebih menarik.*

**Kata Kunci:** *Pengelolaan Kesan, Dramaturgi, Instagram, OOTD Style*

## PENDAHULUAN

Diawali dari munculnya Blog, Friendster, MySpace dan pada tahun 2004 hingga sekarang ini, lahirlah Facebook, Twitter, Path dan Instagram yang membuat media sosial semakin *booming* dan diminati oleh masyarakat Indonesia. Fenomena Facebook dan Twitter pun membuat gempar dunia *new media* karena penggunanya yang selalu meningkat tiap tahun. Di tahun 2016 hingga sekarang, situs pemeringkat website dunia [www.alexacom](http://www.alexacom) menyebutkan Instagram menjadi sebuah media sosial terpopuler atau banyak digunakan di Indonesia jauh mengungguli Facebook dan Twitter.

Dengan semakin fenomenalnya media sosial terutama Instagram, memunculkan sebuah fenomena baru di kalangan *fashion* yaitu *Outfit of the Day Style* atau disingkat dengan *OOTD Style*. OOTD merupakan padanan kata untuk menunjukan apa yang dipakai di hari itu. Konsep OOTD sangat sederhana, dan tidak terlalu dibuat-buat. Dalam artian, itu adalah *outfit* pribadi yang benar-benar mereka pakai untuk beraktivitas dalam satu hari (wolipop.detik.com).

Di dalam konsep dramaturgi, kehidupan sosial manusia seolah dimaknai sama dengan pertunjukan drama sehingga ada aktor yang memainkan perannya. Di Instagram, pengguna menjadi seorang aktor yang memainkan peran sesuai dengan kesan yang diharapkan sehingga pengguna lain akan memiliki persepsi mengenai kehidupan sosial dan gaya hidup pengguna. Misalkan, jika pengguna ingin mendapatkan kesan memiliki kepopuleran yang tinggi maka dia akan menampilkan gambaran diri sebaik-baiknya dengan meng-unggah foto dengan menampilkan sisi *fashionable* dan menggunakan busana yang dianggap kekinian agar terlihat trendi dan moderen.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana pengelolaan kesan yang dibuat dan dimunculkan oleh mahasiswa UPI yang dimana foto OOTD-nya telah di-*repost* oleh akun Instagram @ootdupi. Dilihat dari fenomena penggunaan foto OOTD di Instagram yang mengarah kepada gejala-gejala untuk menunjukkan status sosial, maka peneliti ingin lebih tahu apa saja yang harus ditampilkan ketika melakukan foto OOTD dan mengunggahnya ke

Instagram melalui berbagai macam hal menunjang yang mendukung melalui petunjuk-petunjuk untuk menimbulkan kesan pada diri, yakni panggung (*setting*), penampilan (*appearance*), dan gaya bertingkah laku (*manner*) yang masuk ke dalam *Front Stage*, lalu bagaimana perilaku dan *outfit* informan sehari – hari saat tidak ada di depan panggung yang masuk ke dalam *Back Stage* dan bagaimana pengelolaan kesan yang dibuat oleh informan agar tetap menjaga *image* dirinya sebagai mahasiswa pengguna *OOTD Style*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### New Media

Pergeseran media dari media konvensional ke media baru dalam bentuk *online* telah membuat pola komunikasi berubah, dimana media *online* bisa membuat jarak yang jauh menjadi sangat dekat dan tidak terhalang oleh waktu karena internet dapat diakses kapan saja selama dua puluh empat jam. Tidak heran apabila media baru yang dikenal dengan internet ini lebih disukai daripada media massa konvensional seperti televisi, koran ataupun radio (Vivian, 2008: 263).

### Media Sosial

Kaplan dan Haenlein (2010: 59) mendefinisikan *social media* atau media sosial sebagai media yang menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Dengan kata lain, media sosial merupakan sebuah media *online*, di mana para penggunanya dapat dengan bebas dan mudah berbagi serta menciptakan isi pesan yang diinginkan.

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen. Media sosial menawarkan bentuk komunikasi yang lebih individual. Melalui media sosial para pemasar dapat mengetahui kebiasaan konsumen mereka dan melakukan interaksi secara personal serta membangun keterikatan yang lebih dalam (Puntoadi, 2011: 21).

### **Instagram & OOTD (*Outfit of the Day*) Style**

Instagram, adalah salah satu sosial media yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi foto atau video dengan pengguna lain bahkan dengan pengguna lain di sosial media lain. Hal itu diperkuat dengan pernyataan dari [www.instagram.com](http://www.instagram.com) sendiri mengartikan Instagram sebagai, " *Take a picture or video, choose a filter to transform its look and feel, then post to Instagram — it's that easy. You can even share to Facebook, Twitter, Tumblr and more. It's a new way to see the world*".

Instagram memiliki fitur-fitur yang bisa digunakan oleh pengguna saat digunakan, Bambang (2012: 42) dalam bukunya *Instagram Handbook* menyatakan terdapat beberapa fitur yang ada di media sosial Instagram, diantaranya: unggah foto (*photo upload*), judul foto (*caption*), tagar (*hashtag*), tanda suka (*like*), Pengikut (*followers*), komentar (*comment*), *mentions*.

*Outfit of the Day* atau disingkat OOTD merupakan sebuah fenomena baru di media sosial Instagram terutama di kalangan *fashion*. OOTD merupakan padanan kata untuk menunjukkan apa yang dipakai di hari itu. Konsep OOTD sangat sederhana, dan tidak terlalu dibuat-buat. Dalam artian, itu adalah *outfit* pribadi yang benar-benar mereka pakai untuk beraktivitas dalam satu hari. *OOTD Style* ini tidak hanya dilakukan oleh para *fashionista* saja, namun siapapun dapat melakukannya asalkan memiliki konsep foto yang sesuai dengan konsep OOTD ([wolipop.detik.com](http://wolipop.detik.com)). Tidak ada pembahasan khusus dari para ahli dalam mendefinisikan *OOTD Style* ini, kegiatan ini berkembang menjadi suatu kebiasaan yang dilakukan oleh para pengguna Instagram.

### **Pengelolaan Kesan (*Impression Management*)**

Pengelolaan Kesan (*Impression Management*) adalah suatu bentuk dari upaya presentasi diri. Sering kali orang-orang melakukan pengelolaan kesan tanpa sadar, ada kalanya setengah sadar, namun juga dengan penuh kesadaran demi kepentingan pribadi, finansial, sosial dan politik tertentu (Mulyana, 2003:120).

Pengelolaan kesan juga dapat didefinisikan sebagai teknik-teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. *Impression management* atau pengelolaan kesan pertama kali diperkenalkan oleh Erving Goffman. Goffman berpendapat bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri atau presentasi diri yang akan diterima oleh orang lain. Busana, cara berjalan dan berbicara dapat digunakan untuk presentasi diri (Mulyana, 2003:112). Pengelolaan kesan dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu:

a) Pengelolaan kesan melalui bahasa verbal

Pengelolaan kesan melalui bahasa verbal merupakan pengelolaan kesan melalui kata-kata atau bahasa. Hal ini merujuk kepada kata-kata atau bahasa yang digunakan seseorang dalam memupuk kesan-kesan pada dirinya.

b) Pengelolaan kesan melalui pesan nonverbal

Pengelolaan kesan melalui pesan nonverbal merupakan bagaimana kesan yang dibentuk seseorang dengan menggunakan bahasa tubuh atau isyarat. Menurut Ronald B Adler dan George Rodman dalam buku teori komunikasi Sendjaja, bahasa nonverbal terdiri dari vokal, seperti nada suara, kualitas vokal. Sedangkan nonvokal terdiri dari, gerakan tubuh, penampilan dan ekspresi wajah (Sendjaja, 2004: 228).

### **Dramaturgi**

Konsep Dramaturgi karya Erving Goffman dalam Mulyana (2006: 112) mengatakan bahwa Individu akan berlomba-lomba menampilkan dirinya sebaik mungkin. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan (*impression management*), yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konsep dramaturgi, kehidupan sosial manusia dimaknai sama seperti pertunjukkan drama dimana terdapat aktor yang memainkan perannya.

Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*). Wilayah depan ibarat panggung sandiwara bagian depan (*front stage*) yang ditonton khalayak penonton, sedangkan wilayah belakang ibarat panggung sandiwara bagian belakang (*back stage*) atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan (Mulyana, 2008: 114).

Berikut penjelasan lebih detail mengenai kedua panggung sandiwara dalam teori Dramaturgi:

a) *Front Stage* (Panggung Depan)

Erving Goffman (dalam Mulyana, 2008: 38) menjelaskan bahwa wilayah depan (*front region*) adalah tempat atau peristiwa sosial yang memungkinkan individu menampilkan peran formal atau berperan layaknya seorang aktor. Wilayah ini juga disebut *front stage* (panggung depan) yang ditonton oleh khalayak, dimana wilayah depan ini merupakan bagian pertunjukkan yang umumnya berfungsi secara pasti dan umum untuk mendefinisikan situasi bagi orang yang menyaksikan pertunjukkan. Goffman membagi wilayah depan ini menjadi *personal front* (front pribadi) dan *setting* (panggung). *Personal front* dibagi menjadi dua yaitu *appearance* (penampilan) dan *manner* (tingkah laku).

b) *Back Stage* (Panggung Belakang)

Tempat untuk individu mempersiapkan perannya di wilayah depan, biasa juga disebut *back stage* (panggung belakang) atau kamar rias untuk mempersiapkan diri atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan, di tempat ini pula para diri sang aktor bersantai, mempersiapkan diri, dan memunculkan siapa dirinya. Di tempat ini dilakukan semua kegiatan yang tersembunyi untuk melengkapi keberhasilan akting atau penampilan individu yang tidak sepenuhnya dapat dilihat, hal ini dapat memungkinkan bahwa tradisi dan karakter pelaku sangat berbeda dengan apa yang dipentaskan. Di panggung inilah individu akan tampil “seutuhnya” dalam arti identitas aslinya (Mulyana, 2008: 115).

## METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif berdasarkan penjelasan Patton dalam Ahmadi (2014:15) bahwa metode kualitatif adalah untuk memahami fenomena yang sedang terjadi secara alamiah (natural) dalam keadaan-keadaan yang sedang terjadi secara alamiah. Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif. Menurut Moleong dalam buku metodologi penelitian kualitatif menjelaskan bahwa studi deskriptif adalah data yang di kumpulkan berupa kata - kata, gambar dan bukan angka - angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang di kumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti (Moleong, 2013: 11).

Penelitian ini menggunakan pendekatan Studi Dramaturgi. Peneliti melakukan penelitian mengenai bentuk pengelolaan kesan dengan pendekatan dramaturgi di media sosial Instagram. Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Menurut Goffman, kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “wilayah depan” (*front region*) dan “wilayah belakang” (*back region*).

## PEMBAHASAN

### a) Dramaturgi Panggung Depan

Ketiga informan menggunakan media sosial Instagram sebagai ajang menunjukkan foto OOTD miliknya. Foto bergaya OOTD tersebut diunggah ke Instagram dengan terlebih dahulu mempersiapkan segala macam hal yang menunjang agar foto yang dihasilkan terlihat bagus dan menarik. Meskipun para informan merupakan mahasiswa biasa pada umumnya, namun disisi lain mereka menyadari bahwa pelaku OOTD setidaknya harus

menjaga *image* dengan tetap menjaga penampilannya agar tetap terlihat *fashionable* di mata orang lain.

Mereka sangat berhati-hati dalam memposting foto OOTD, dimulai dari lokasi pengambilan foto, peralatan ruang yang mendukung seperti kamera atau *editing tools*, *outfit* yang digunakan saat melakukan foto OOTD, komposisi warna *outfit* ataupun *feed* Instagram, pemakaian aksesoris dan gerakan tubuh saat melakukan foto OOTD, karena bagaimanapun media sosial adalah sebagai ajang pencitraan dari kegiatan mereka ber-OOTD dan demi menunjukkan sebuah hasil foto yang terbaik. Oleh karena itu, peneliti membuat perbandingan panggung depan ketiga informan saat melakukan *OOTD Style* melalui sebuah tabel.



Panggung Depan ( <i>Front Stage</i> )			
Kriteria	Yaya	Kiko	Anggun
1. Lokasi Pengambilan Foto	Memilih lokasi dengan <i>background</i> putih	Memilih lokasi dengan <i>background</i> putih	Memilih lokasi yang <i>Instagrammable</i> dan cerah
2. Kamera yang digunakan	Memakai kamera Handphone	Memakai kamera SLR	Memakai kamera SLR
3. <i>Editing Tools</i> Foto	Menggunakan <i>editing tools</i> foto	Menggunakan <i>editing tools</i> foto	Menggunakan <i>editing tools</i> foto
4. <i>Outfit</i> saat Melakukan Foto OOTD	Fleksibel dalam memakai <i>outfit</i> saat akan melakukan foto OOTD (bisa dipersiapkan atau tidak sama sekali)	Tidak mempersiapkan <i>outfit</i> terlebih dahulu saat akan melakukan foto OOTD	Mempersiapkan terlebih dahulu saat akan melakukan foto OOTD
5. Warna <i>outfit</i> yang dipakai	Memakai <i>outfit</i> berwarna cerah ( <i>orange, pink</i> dan putih)	Memakai <i>outfit</i> berwarna monokrom	Memakai <i>outfit</i> berwarna dominan biru
6. <i>Tone</i> (warna) di <i>Feed</i> Instagram	Memakai <i>tone</i> (warna) foto monokrom	Memakai <i>tone</i> (warna) foto monokrom	Memakai <i>tone</i> (warna) random asalkan cerah
7. Pemakaian Aksesoris	Selalu memakai aksesoris	Selalu memakai aksesoris	Selalu memakai aksesoris
8. Pemakaian <i>make-up</i>	Selalu memakai <i>make-up</i>	Tidak pernah memakai <i>make-up</i>	Selalu memakai <i>make-up</i>
9. Gerakan Tubuh saat Melakukan Foto OOTD	Melakukan foto dengan gerakan tubuh berdiri	Melakukan foto dengan gerakan tubuh berdiri	Melakukan foto dengan gerakan tubuh berdiri

#### b) Dramaturgi Panggung Belakang

Di panggung ini akan dibahas mengenai bagaimana kehidupan sehari-hari informan saat sedang tidak menjadi mahasiswa pengguna *OOTD Style*. Pada panggung ini aktor tidak lagi memainkan perannya, dimana individu akan bertindak seperti sewajarnya bagaimana identitas diri yang sebenarnya. Mahasiswa pengguna *OOTD Style* dapat bertindak berbeda

dengan apa yang ditampilkannya di Instagram, seperti memiliki penampilan yang terbilang lebih cuek dan apa adanya.

Di kehidupan sehari-hari saat informan sedang tidak melakukan foto OOTD, mereka adalah mahasiswa biasa pada umumnya, hanya saja mereka memiliki *side job* yang berhubungan dengan bidang yang digelutinya yaitu dunia *fashion*. Selain itu, ketiga informan memiliki karakter yang senang bercanda dan banyak berbicara padahal dua informan lainnya yaitu Kiko dan Anggun menunjukkan karakter berbeda di panggung depan saat melakukan foto bergaya OOTD. Mengenai *outfit* yang dipakainya di kehidupan sehari-hari, kedua informan yaitu Yaya dan Kiko mengaku tidak jauh berbeda dengan apa yang ditampilkannya di Instagram, kecuali Anggun yang di kehidupan sehari-harinya lebih cuek dengan memakai *outfit* biasa saja, padahal di Instagramnya Anggun menunjukkan foto OOTD dengan *outfit* yang menarik dan *stylish*. Namun walaupun Yaya dan Kiko memakai *outfit* sehari-hari yang tidak jauh berbeda dengan apa yang ditunjukkannya di Instagram dan Anggun yang memakai *outfit* lebih cuek saat sehari-hari, tetap saja mereka menjaga *outfit* yang mereka pakai agar tetap *fashionable* di kehidupan sehari-hari karena sudah menjadi *image* dirinya masing-masing sebagai seseorang yang senang terhadap *fashion*.

Sama seperti panggung depan, peneliti membuat perbandingan panggung belakang ketiga informan di kehidupan sehari-hari saat sedang tidak melakukan foto *OOTD Style* melalui sebuah tabel.

Panggung Belakang ( <i>Back Stage</i> )			
Kriteria	Yaya	Kiko	Anggun
1. Status	Mahasiswa	Mahasiswa Pendidikan	Mahasiswa Ilmu
Informan di	Manajemen Resort &	Bahasa Perancis UPI	Komunikasi UPI
Kehidupan	Leisure UPI semester	semester akhir	semester enam
Sehari-hari	akhir		

2. <i>Side Job</i> Informan	MC dan menjadi <i>Wardah Beauty Agent</i> Bandung	<i>Fashion blogger</i> mengenai <i>life style</i> dan <i>content writer</i> di sebuah website <i>fashion</i>	Memiliki bisnis <i>clothing online</i>
3. Karakter Diri Mahasiswa Pengguna <i>OOTD Style</i>	Memiliki karakter cerewet, senang bicara dan selalu ceria	Memiliki karakter <i>cheerful</i> , dan <i>hyperactive</i>	Memiliki karakter suka bercanda dan banyak bicara
4. <i>Outfit</i> Sehari-hari Mahasiswa Pengguna <i>OOTD Style</i>	Memakai <i>outfit</i> jeans, sandal biasa, sepatu kets, sweater atau <i>cardigan</i> (sama dengan apa yang dipakainya saat melakukan foto <i>OOTD</i> )	Memakai <i>outfit</i> kaos, kemeja, sweater dan sepatu <i>boots</i> (sama dengan apa yang dipakainya saat melakukan foto <i>OOTD</i> )	Memakai <i>outfit</i> kaos, jeans dan sepatu (berbeda dengan apa yang dipakainya saat melakukan foto <i>OOTD</i> )

### c) Analisis Pengelolaan Kesan

Pengelolaan kesan oleh mahasiswa pengguna *OOTD Style* merupakan upaya yang dilakukan secara sengaja demi kepentingan pribadinya, yaitu dengan menjaga *image* yang mereka bangun melalui bahasa verbal yaitu pembuatan *caption* di foto *OOTD* yang diunggahnya ke Instagram dan bahasa nonverbal melalui ekspresi wajah dan tatapan mata saat sedang melakukan foto *OOTD*. Hal ini dilakukan agar mahasiswa pengguna *OOTD Style* menjadi sosok yang ia harapkan, menjadi seseorang yang *fashionable* dan cinta terhadap *fashion*.

Pengelolaan kesan secara verbal ditunjukkan oleh mahasiswa pengguna *OOTD Style* melalui sebuah *caption* yang diunggah bersamaan dengan foto *OOTD* miliknya di Instagram. *Caption* foto yang dibuat oleh mahasiswa pengguna *OOTD Style* di Instagram berbeda-beda, ada *caption* berupa *quotes* ataupun *caption* dengan unsur komedi dan tidak jarang pula *caption* yang berisi mengenai produk *endorse*. Walaupun *caption* berisikan *quotes* ataupun hal lucu, namun tetap disesuaikan dengan *outfit* yang dipakainya saat itu. *Caption-caption* tersebut dibuat berdasarkan *mood* yang sedang dirasakan oleh informan, kecuali pada saat mendapatkan *endorse* yang biasanya memakai *caption* sesuai dengan produk yang diiklankan.

Ekspresi wajah dan tatapan mata informan saat sedang melakukan foto *OOTD Style* merupakan bagian bentuk pengelolaan kesan nonverbal, dimana kesan yang dibentuk yaitu menggunakan bahasa tubuh atau isyarat. Ketiga informan mempunyai alasan tersendiri mengenai raut wajah yang senyum ataupun datar saat mereka melakukan foto *OOTD Style* dan juga tatapan mata yang melihat kamera atau *candid*. Seperti Yaya yang senang memasang ekspresi wajah tersenyum dan melihat kamera, hal tersebut dilakukannya dengan alasan terlihat lebih lucu. Berbeda dengan Kiko dan Anggun dimana mereka berdua lebih senang memasang ekspresi wajah datar dan tidak senyum, hal tersebut dilakukannya dengan alasan tidak percaya diri jika tersenyum, lalu tatapan mata lebih memilih tidak melihat ke kamera atau *candid* dengan alasan agar terlihat lebih natural seperti keseharian.

Mahasiswa pengguna *OOTD Style* menganggap bahwa menjaga *image* atau reputasi yang mereka tunjukkan di panggung depan merupakan hal yang penting yaitu untuk menunjukkan sisi *fashionable* yang mereka miliki di mata orang lain. Selain itu, *image* digunakan untuk mempertahankan dan menunjang *side job* yang mereka tekuni yang berkecimpung tidak jauh dari dunia *fashion*. Ketiga informan pun mengaku bahwa mereka akan tetap menjaga *outfit* mereka yang *fashionable* saat di kehidupan sehari-hari, namun walaupun tetap menjaga *image*, mereka mengakui tidak berlebihan dan tetap apa adanya.

Pengelolaan kesan yang dibangun oleh mahasiswa pengguna *OOTD Style*, menimbulkan sebuah persepsi yang diharapkan yaitu ingin mendapatkan pengakuan sebagai seseorang yang *fashionable*. Pengelolaan kesan tersebut di bangun dari *outfit* yang mereka pakai saat melakukan foto OOTD dan berbagai macam hal lainnya yang menunjang foto *OOTD Style* semakin menarik. *Fashionable* yang didefinisikan oleh ketiga informan yaitu dengan tidak terlalu memperhatikan mode atau apa yang sedang *trend*, namun bagaimana seseorang tetap nyaman dan percaya diri memakai *outfit* tersebut, hingga nantinya akan memiliki karakter *outfit* yang berbeda dengan orang lain.

Pengelolaan Kesan ( <i>Impression Management</i> )			
Kriteria	Yaya	Kiko	Anggun
1. Pemakaian <i>Caption</i> di Foto OOTD yang diunggah	Memakai <i>caption</i> foto OOTD di Instagram yang disesuaikan dengan <i>mood</i> saat itu	Memakai <i>caption</i> foto OOTD di Instagram yang disesuaikan dengan <i>mood</i> saat itu	Memakai <i>caption</i> foto OOTD di Instagram yang disesuaikan dengan <i>mood</i> saat itu
2. Ekspresi Wajah dan Tatapan Mata saat Melakukan Foto OOTD	Memasang ekspresi wajah tersenyum dan melihat ke kamera	Memasang ekspresi wajah datar, tidak tersenyum dan tidak melihat ke kamera ( <i>candid</i> )	Memasang ekspresi wajah datar, tidak tersenyum dan tidak melihat ke kamera ( <i>candid</i> )
3. Menjaga Image yang Telah dibangun di Instagram	Akan tetap menjaga <i>image</i> sebagai mahasiswa pengguna <i>OOTD Style</i>	Akan tetap menjaga <i>image</i> sebagai mahasiswa pengguna <i>OOTD Style</i>	Akan tetap menjaga <i>image</i> sebagai mahasiswa pengguna <i>OOTD Style</i>

4. Persepsi yang diharapkan dari Pengelolaan Kesan yang dibangun di Instagram	Ingin mendapatkan pengakuan sebagai seseorang yang <i>fashionable</i>	Ingin mendapatkan pengakuan sebagai seseorang yang <i>fashionable</i>	Ingin mendapatkan pengakuan sebagai seseorang yang <i>fashionable</i>
---	---	---	---

## KESIMPULAN

### 1. *Front Stage* (Panggung Depan)

Pemetaan panggung depan ketiga informan diketahui bahwa Instagram digunakan sebagai panggung depan media berbagi foto OOTD miliknya. Berbagai macam komponen untuk menunjang informan dalam melakukan foto *OOTD Style* diantaranya: pemilihan lokasi, peralatan ruang yang mendukung meliputi tipe kamera dan *editing tools* foto, *outfit* yang digunakan, pemilihan warna *outfit* dan *tone* foto Instagram, peralatan pendukung dalam menunjang penampilan seperti aksesoris maupun *make-up* dan terakhir yaitu gerakan tubuh yang dilakukan saat melakukan foto OOTD.

Dari semua komponen-komponen tersebut yang informan lakukan di Instagram pribadinya, mempunyai tujuan yaitu ingin menampilkan sebuah hasil foto *outfit of the day* yang menarik yang juga sesuai dengan kriteria akun Instagram @ootdupi. Selain itu, informan ingin menunjukkan sosok diri sebagai seseorang yang senang terhadap *fashion* dan memiliki predikat sebagai mahasiswa yang *fashionable*.

### 2. *Back Stage* (Panggung Belakang)

Pemetaan panggung belakang menunjukkan bahwa kehidupan sehari-hari informan sebagai mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) yang biasa saja layaknya mahasiswa pada umumnya. Panggung belakang merupakan *moment* yang tidak ditampilkan dan jarang sekali dipublikasikan informan. Namun dibalik menjadi mahasiswa biasa pada umumnya, ketiga informan memiliki *side job* yang masih berhubungan dengan *fashion* yang memang disukainya.

Hasil analisis panggung belakang menunjukkan bahwa terdapat persamaan karakter dari salah satu informan yaitu Yaya, yang mengaku bahwa karakter di kehidupan sehari-hari sama dengan apa yang ditampilkannya di Instagram, namun berbeda dengan kedua informan lainnya dimana terdapat perbedaan karakter di kehidupan sehari-hari yang senang bercanda dan selalu ceria namun saat di Instagram kedua informan memasang raut muka yang *flat* dan cuek. Mengenai *outfit* yang dipakai mahasiswa pengguna *OOTD Style* saat di panggung belakang, tidak jauh berbeda dengan apa yang ditampilkan di Instagram, kecuali salah satu informan yaitu Anggun yang di kehidupan sehari-harinya lebih cuek dengan memakai *outfit* biasa saja, padahal di Instagramnya, Anggun menunjukkan foto *OOTD* dengan *outfit* yang menarik dan *stylish*. Mahasiswa pengguna *OOTD Style* lebih bebas untuk bersikap saat sedang berada di panggung belakang, hanya saja pemakaian *outfit* yang tetap dijaga, yang walaupun biasa saja namun tetap terlihat *fashionable*.

### 3. *Impression Management* (Pengelolaan Kesan)

Pengelolaan kesan yang dibuat oleh ketiga informan dalam melakukan foto *OOTD Style* yaitu melalui pengelolaan kesan secara verbal yang salah satunya dengan membuat sebuah *caption* untuk foto *OOTD* yang akan diunggah ke Instagram. *Caption* yang dibuat berbeda-beda berisikan berbagai macam hal yang disesuaikan tergantung tema foto *OOTD* yang diunggah dan juga *mood* yang sedang dirasakan oleh informan. Selain secara verbal, secara non verbal adalah ekspresi wajah dan tatapan mata yang ditunjukkan informan ketika sedang melakukan foto *OOTD Style*. Ekspresi wajah yang senyum dan tatapan mata melihat ke kamera diakui Yaya terlihat lebih lucu dan ekspresi wajah datar atau cuek disertai tatapan mata *candid*, diakui kedua informan lainnya terlihat lebih natural.

Ketiga informan sebagai mahasiswa pengguna *OOTD Style* menganggap bahwa menjaga *image* atau reputasi yang mereka tunjukkan di panggung depan yaitu Instagram merupakan hal yang penting yaitu untuk menunjukkan sisi *fashionable* yang

mereka miliki di mata orang lain. Selain itu, *image* digunakan untuk mempertahankan dan menunjang *side job* yang mereka tekuni yang berkecimpung tidak jauh dari dunia *fashion*. Persepsi yang diharapkan oleh informan yaitu mendapatkan pengakuan sebagai seseorang yang *fashionable* yang di bangun dari *outfit* yang mereka pakai saat melakukan foto OOTD dan berbagai macam hal lainnya yang menunjang foto *OOTD Style* miliknya semakin menarik.



## DAFTAR PUSTAKA

- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Kaplan, Andreas. M. dan Haenlein, Michael. 2010. *Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media*. Business Horizons.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi (Cetakan kedua puluh sembilan)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Puntoadi, Danis, 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Jakarta: Elex Komputindo.
- Sendjaja, Djuarsa. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Vivian, John. 2008. *Teori Komunikasi Massa (Edisi Kedelapan)*. Jakarta: Kencana.