

**MANAJEMEN IMPRESI PADA PEREMPUAN PENARI TRADISIONAL
MELALUI MEDIA SOSIAL (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @ayodyapala)**
**IMPRESSION MANAGEMENT OF WOMEN TRADITIONAL DANCERS THROUGH
SOCIAL MEDIA (STUDY ON INSTAGRAM ACCOUNT @ayodyapala)**

Nuria Astagini¹, Cendera Rizky Anugrah Bangun²

^{1,2}Universitas Multimedia Indonesia

Jl. Scientia Boulevard Gading, Curug Sangereng Serpong, Tangerang, Indonesia

¹nuria.astagini@umn.ac.id; ²cendera.anugrah@umn.ac.id

Diterima tgl. 27/06/2023 Direvisi tgl. 12/12/2023 Disetujui tgl. 14/12/2023

ABSTRACT

In Indonesia, the profession of traditional dancers is still categorized as a less classy profession. Women who work as traditional dancers are associated with various negative images. Such as being tacky, uneducated, and only selling the beauty of their bodies. One organization that actively tries to weaken the negative image associated with traditional women dancers is the Ayodya Pala Art and Dance Studio. Through their Instagram account @ayodyapala, the management of the Ayodya Pala Arts and Dance Studio has implemented an impression management strategy to construct a positive image of their members as traditional dancers who are professional, multi-talented, educated, and well-mannered. Through qualitative data collection from five informants who are members of the Ayodya Pala Arts and dance studio, it is known that the assertive impression management strategy used to construct a positive image of women traditional dancers in the Instagram account @ayodyapala. These were identified through the content uploaded to the @ayodyapala Instagram account. The data also showed that the informant realized the importance of the Instagram algorithm as a curator that distributed content to other Instagram users. Therefore, the impression management strategy is being combined with other strategies, such as uploading content on a scheduled basis and using hashtags to increase the visibility of the uploaded content.

Keywords: *impression management, women, traditional dancers, social media, indonesia*

ABSTRAK

Di Indonesia, profesi sebagai penari tradisional masih dikategorikan sebagai profesi yang kurang berkelas. Perempuan yang berprofesi sebagai penari tradisional diasosiasikan dengan berbagai citra negatif seperti kampungan, tidak berpendidikan dan hanya menjual keindahan tubuhnya saja. Salah satu sanggar seni yang aktif berupaya melemahkan citra negatif yang melekat pada perempuan penari tradisional adalah Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Melalui akun Instagram @ayodyapala, pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala melakukan strategi manajemen impresi untuk mengkonstruksi citra positif pada perempuan penari tradisional yang tergabung pada Pusdiklat Seni tersebut sebagai perempuan penari yang profesional, multitalenta, berpendidikan dan memiliki sopan santun. Melalui pengumpulan data secara kualitatif pada lima orang informan yang merupakan pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala, diketahui bahwa strategi manajemen impresi asertif digunakan untuk mengkonstruksi citra positif pada perempuan penari tradisional pada akun Instagram @ayodyapala. Hal ini diketahui melalui unggahan pada akun Instagram @ayodyapala. Data yang didapatkan juga menunjukkan bahwa para informan menyadari pentingnya peran algoritma Instagram sebagai kurator yang mendistribusikan konten pada pengguna Instagram lainnya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kemungkinan berbagai unggahan tersebut dapat dilihat oleh pengguna Instagram lain, maka dilakukan kombinasi strategi manajemen impresi dengan strategi lain; seperti mengunggah konten secara terjadwal dan penggunaan *hashtag*.

Kata Kunci: manajemen impresi, perempuan, penari tradisional, media sosial, indonesia

1. PENDAHULUAN

Penari merupakan profesi yang lekat dengan perempuan. Profesi ini dikategorikan sebagai profesi yang feminin karena seorang penari dituntut memiliki penampilan dan karakteristik khas perempuan (McEntee-Atalianis & Litosseliti, 2017). Di Indonesia sendiri, keberadaan penari perempuan sudah ada sejak zaman dahulu dalam berbagai kegiatan (Kusumastuti, 2022). Namun,

kehadiran mereka seringkali diasosiasikan sebagai sosok penghibur dengan berbagai citra negatif, seperti perempuan penggoda yang menjual keelokan tubuhnya bagi kaum laki-laki (Septianingsih, 2012; Fitriana et al., 2022). Maka dari itu, di Indonesia perempuan yang berprofesi sebagai penari seringkali dianggap rendah oleh anggota masyarakat. Kondisi ini terutama dirasakan oleh para perempuan yang berprofesi sebagai penari tradisional yang dianggap ketinggalan zaman, kampungan dan tidak profesional (Heriyanto, 2020; Yuni, 2023; Firafiroh, 2022).

Studi yang dilakukan oleh Nirmala & Sudrajat (2019) dan Anggarani & Kahija (2016) memperlihatkan bahwa profesi sebagai penari tradisional dianggap kurang berkelas, serta tidak memberikan imbalan finansial yang memadai. Akibatnya, jumlah perempuan yang tertarik untuk mempelajari tari tradisional juga menurun dengan signifikan (Firafiroh, 2022). Studi lain yang memperlihatkan konstruksi perempuan penari tradisional yang lekat dengan citra negatif adalah studi dari E.W et al., (2005) dan Septianingsih (2012). Kedua studi ini memperlihatkan bahwa profil perempuan penari tradisional adalah perempuan dari latar belakang menengah bawah, berpendidikan rendah tetapi memiliki kemolekan fisik. Kemolekan fisik inilah yang ditonjolkan dalam berbagai ragam pertunjukan tari sehingga memancing penonton untuk ikut menari dan menikmati keindahan tubuh sang penari. Beberapa teks media di Indonesia justru mengukuhkan citra negatif pada perempuan penari tradisional. Padahal, media telah dianggap sebagai representasi dari berbagai realitas yang ada di masyarakat (Murtiningsih, 2017).

Studi dari Nusuary & Meutia (2021) menunjukkan terdapat konstruksi pemaknaan khalayak di mana perempuan penari lekat dikaitkan dengan praktik prostitusi terselubung dan dikemas oleh industri perfilman sebagai hiburan. Lama kelamaan keberadaan mereka terpinggirkan dan akhirnya terlupakan. Keberadaan perempuan penari tradisional juga belum cukup mendapatkan perhatian dari pemerintah meski mereka memiliki peran sebagai pelestari budaya. Maka dari itu, banyak kemudian perempuan penari tradisional yang memilih untuk berhenti menari dan beralih profesi (Firafiroh, 2022).

Beberapa studi diatas menunjukkan bahwa konstruksi di dalam masyarakat Indonesia masih mengukuhkan citra negatif perempuan penari tradisional sebagai perempuan yang berpendidikan rendah dan tidak memiliki keahlian lain selain kemolekan tubuhnya. Profesi ini juga tidak memiliki prospek dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomi keluarga. Citra negatif inilah yang membuat profesi sebagai penari tradisional makin ditinggalkan. Hal ini menjadi perhatian berbagai kalangan, termasuk pemerintah dan penggiat seni tari tradisional. Banyak upaya yang telah dilakukan untuk melemahkan citra negatif yang melekat pada penari tradisional, salah satunya adalah dengan menitikberatkan pentingnya peran perempuan penari tradisional dalam berbagai kegiatan ritual budaya (Pramana & Nugrahaeni, 2019). Langkah lainnya adalah dengan mengkategorisasikan perempuan penari tradisional sebagai penampil seni dan olahragawan, mengingat untuk bisa menguasai tarian tradisional yang memiliki ragam gerak yang rumit yang harus digerakkan dengan sempurna diperlukan kekuatan fisik dan stamina tubuh yang baik (Dayo & Faradina, 2020; Haryono, 2012; Anggarani & Kahija, 2016). Upaya lain yang dilakukan adalah dengan memperlihatkan bahwa profesi ini bila ditekuni dengan serius, dapat memberikan imbalan ekonomi yang cukup bagi para pelakunya (Nirmala & Sudrajat, 2019). Pemerintah sendiri sudah melakukan berbagai kegiatan pembinaan pada berbagai sanggar seni yang menaungi perempuan penari tradisional dengan mengeluarkan kebijakan yang mengatur pementasan seni tari tradisional (E.W et al., 2005).

Di ranah daring terdapat beberapa upaya untuk merekonstruksi citra perempuan penari tradisional, salah satunya adalah dengan mengunggguh penampilan perempuan penari tradisional dalam berbagai acara pementasan dan festival seni, termasuk juga kolaborasi perempuan penari tradisional dalam berbagai ajang kreativitas seni (Kristianingrum & Susanto, 2020; Irawati, 2018).

Hal ini merupakan ikhtiar untuk memperlihatkan bahwa penari tradisional juga dapat berperan serta dalam penciptaan karya modern (Harnish, 2007). Langkah lainnya adalah dengan keikutsertaan perempuan penari tradisional dalam berbagai festival yang diselenggarakan secara daring. Festival daring ini, terutama di masa pandemi sangat membantu dalam memasyarakatkan dan melibatkan penari tradisional di ajang internasional (Ishiguro, 2019; Kico et al., 2018; Rachmawanti, 2022; Yunusov et al., 2020). Berbagai kegiatan tersebut menjadi salah satu cara untuk memperlihatkan bahwa penari tradisional memiliki kompetensi dan layak mendapat penghargaan karena telah berperan serta aktif dalam mengharumkan nama Indonesia di berbagai kancah internasional.

Salah satu sanggar seni yang aktif melemahkan citra negatif yang melekat pada perempuan penari tradisional adalah Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Pusdiklat Seni yang berlokasi di Depok Jawa Barat ini sudah berdiri sejak 43 tahun yang lalu dan secara produktif meluluskan perempuan penari dan pelatih tari tradisional Indonesia. Pusdiklat Seni Ayodya Pala saat ini memiliki 38 cabang yang tersebar di daerah Jabodetabek dengan jumlah keseluruhan siswa sebanyak 3.500 orang. Dalam perjalanannya, Pusdiklat Seni Ayodya Pala telah dipercaya untuk mewakili Indonesia ke berbagai festival seni dan meraih beragam penghargaan dari berbagai festival di dalam maupun luar negeri. Beberapa penghargaan yang diraih baru-baru ini adalah Grand Prix and Gold Medal dalam World Cup of Folklore Bulgaria pada tahun 2021.

Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki tujuan untuk memberdayakan perempuan Indonesia melalui seni tari tradisional. Oleh karena itu, pihak pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala memahami bahwa citra negatif yang melekat pada perempuan penari tradisional merupakan salah satu kendala utama yang menghambat proses regenerasi penari tradisional di Pusdiklat Seni mereka. Banyak siswa tari yang tidak menyelesaikan pendidikan mereka dan memilih untuk berkarir di bidang lain. Hal ini mendorong pihak pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala untuk melakukan berbagai strategi sebagai upaya melemahkan citra negatif tersebut. Salah satunya adalah dengan mengkonstruksi kembali citra perempuan penari tradisional melalui media sosial.

Beberapa studi terdahulu memperlihatkan bahwa media sosial menjadi ruang berekspresi yang aman bagi perempuan yang selama ini termarjinalkan dan mengkonstruksi yang citra positif (Astagini & Sarwono, 2022; Wijaya et al., 2018; Sari & Siahainenia, 2015). Media sosial juga merupakan alat yang tepat untuk membentuk *branding* dan memasarkannya kepada masyarakat (Anggoro et al., 2021; Husna & Fahrimal, 2021). Oleh karena itu, penggunaan media sosial dapat membantu Pusdiklat Seni Ayodya Pala untuk mengkonstruksi citra yang positif pada para perempuan penari yang tergabung di Pusdiklat Seni mereka. Cara yang ditempuh Pusdiklat Seni Ayodya Pala adalah memproduksi berbagai konten dan mengunggahnya pada akun Instagram @ayodyapala.

Beberapa konten yang ditampilkan terdiri dari berbagai penampilan perempuan penari tradisional Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam acara televisi, hingga acara kenegaraan yang dihadiri oleh pejabat pemerintah. Salah satu unggahan yang paling populer adalah video tari kolaborasi antara perempuan penari Pusdiklat Seni Ayodya Pala dengan penyanyi Agnez Mo. Hal ini memperlihatkan bahwa akun Instagram @ayodyapala menjadi ruang bagi Pusdiklat Seni Ayodya Pala untuk menampilkan keandalan para perempuan penari mereka. Perempuan penari menjadi fokus dalam berbagai konten tersebut karena mereka merupakan *stakeholder* utama yang merupakan ujung tombak organisasi ini untuk mencapai visi dan misi mereka.

Dijkmans et al., (2015) menjelaskan bahwa saat ini *platform* media sosial sudah menjadi sebuah “panggung” bagi organisasi atau perusahaan untuk berinteraksi dengan *stakeholder*. Berbagai konten yang diunggah oleh organisasi seringkali memberikan impresi positif dan meningkatkan reputasi organisasi di mata *stakeholder*. Konten yang dibagikan melalui media sosial terbukti memiliki pengaruh yang signifikan pada calon konsumen karena mereka bergantung

pada informasi yang didapatkan melalui media sosial organisasi, termasuk komentar yang diberikan oleh konsumen lainnya (Benthaus et al., 2016).

Kondisi ini yang memungkinkan aplikasi manajemen impresi dalam ranah media sosial. Oleh karena itu, cukup banyak studi yang kemudian menggunakan manajemen impresi untuk menganalisis beragam interaksi dan perilaku individu di ranah daring dengan berbagai tujuan (Wang et al., 2019; Wängqvist & Frisén, 2016; Bullingham & Vasconcelos, 2013; Murwani, 2018). Manajemen impresi dikembangkan berdasarkan pemikiran ahli sosiologi Erving Goffman mengenai presentasi diri dalam kehidupan sehari-hari. Goffman menginterpretasikan perilaku sosial dengan menggunakan terminologi dan metode teater. Individu dipandang sebagai aktor sosial yang memiliki berbagai strategi untuk menampilkan diri dan membentuk impresi tertentu tentang diri mereka. Manajemen impresi bertujuan untuk menghasilkan, menjaga, mempertahankan atau mengubah citra di mata individu atau sekelompok orang yang diposisikan sebagai penonton. Melalui manajemen impresi dapat dilihat bagaimana produksi realitas sosial yang ditemukan dalam kehidupan sehari-hari (Rosenfeld et al., 2014; Xie et al., 2019).

Manajemen impresi dalam ranah daring tidak sepenuhnya dapat terlepas dari ranah luring. Terdapat hubungan antara interaksi sosial secara daring dengan luring. Berbagai hal seperti keterikatan, persetujuan, dan afiliasi seringkali termanifestasi secara luring dan kemudian dikomunikasikan secara daring melalui media sosial. Selain itu, media dalam ranah daring hanya menangkap panggung depan yang digunakan untuk melakukan manajemen impresi. Gambaran mengenai panggung belakang dalam ranah daring, di mana terdapat pihak ketiga yang melakukan pengaturan informasi, tidak terlihat. Fitur media sosial daring yang membatasi orang-orang tertentu untuk melihat konten tertentu tidak dapat dikategorikan sebagai panggung belakang (Hogan, 2010; Tashmin, 2016; Picone, 2015).

Beberapa studi telah mengkaji aplikasi strategi manajemen impresi organisasi di media sosial; antara lain studi dari Tsimonis & Dimitriadis (2014) yang mengkaji penggunaan akun media sosial brand perusahaan dalam membangun reputasi positif dengan para konsumen. Studi lain dari Lillqvist & Louhiala-Salminen (2014) memperlihatkan bahwa organisasi secara aktif menggunakan media sosial sebagai salah satu media untuk meningkatkan kredibilitas mereka. Vernuccio (2014); Spear (2017); dan (Picone, 2015) dalam kajiannya juga menjelaskan bahwa saat ini media sosial memang merupakan salah satu alat yang paling tepat untuk memperkenalkan *brand* serta membentuk reputasi organisasi pada masyarakat.

Penelitian ini merujuk pada pemikiran Hogan (2010) yang mengkategorikan media daring sebagai situs eksebis di mana individu menampilkan artefak yang tersimpan di dalam basis data. Terdapat pihak ketiga yang bertindak sebagai kurator (algoritma yang didesain oleh pengembang media sosial) yang secara selektif menampilkan artefak dari penyimpanan kepada penonton tertentu. Penonton dalam media daring terdiri dari mereka yang memiliki akses terhadap situs eksebis dan menggunakan artefak yang ditampilkan, termasuk mereka yang melihat, merespon, dan memberikan komentar. Oleh karena itu, mengkategorikan media daring sebagai panggung eksebis, harus melibatkan pihak ketiga yang disebut kurator; yang memiliki kapasitas untuk menyaring, menyampaikan dan mencari berbagai artefak tertentu.

Benthaus et al., (2016) menjelaskan bahwa strategi manajemen impresi bukan hanya diaplikasikan pada level individu, melainkan juga pada level organisasi. Organisasi dapat menggunakan berbagai aktivitas manajemen impresi untuk menampilkan diri mereka secara positif dengan tujuan mendapatkan dan mempertahankan persepsi positif dari publik. Bahkan manajemen impresi saat ini sudah banyak digunakan sebagai model untuk menjelaskan berbagai fenomena dalam organisasi, baik dalam konteks internal maupun eksternal organisasi (Rosenfeld et al., 2014; Terrell et al., 2011; Bolino et al., 2016).

Hal ini terlihat dari beberapa studi terdahulu yang menggunakan manajemen impresi pada level organisasi. Studi- studi yang dilakukan oleh Bozzolan et al., (2015); Tata & Prasad (2015); dan Spear (2017) memperlihatkan bahwa organisasi menggunakan manajemen impresi untuk mendapatkan impresi positif dari publik eksternal organisasi. Sedangkan studi yang dilakukan Xie et al., (2019); Chng et al., (2015) dan Omoankhanlen & Issa, (2021) memperlihatkan bahwa manajemen impresi digunakan secara internal di dalam organisasi. Berdasarkan studi-studi tersebut maka organisasi dapat dikategorikan sebagai aktor sosial yang melakukan manajemen impresi melalui berbagai tindakan, keputusan, dan kebijakan organisasi yang ditujukan kepada publik internal maupun eksternal sebagai penonton mereka.

Studi terdahulu telah mengidentifikasi beberapa strategi manajemen impresi, di antaranya adalah: 1) strategi asertif yang dilakukan aktor baik individu maupun organisasi mencoba untuk membuat identitas dan citra yang diinginkan dan 2) strategi defensif digunakan untuk memperbaiki citra yang buruk. Kedua strategi ini dapat dilakukan baik secara langsung maupun tidak langsung. Strategi langsung termasuk mempresentasikan informasi mengenai pencapaian organisasi atau kemampuan organisasi untuk menciptakan identitas/citra yang diinginkan atau memperbaiki citra yang buruk. Sedangkan strategi tidak langsung berusaha untuk mengatur informasi mengenai mengenai pihak lain atau kegiatan tertentu dengan tujuan mempertahankan citra (Schniederjans et al., 2013).

Berdasarkan pemaparan diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah memahami dan memaparkan strategi manajemen impresi yang dilakukan oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam mengkonstruksi citra positif bagi para perempuan penari tradisional yang bergabung dengan mereka melalui akun Instagram @ayodyapala.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis yang memungkinkan peneliti untuk mengetahui pandangan dan konstruk yang dibentuk oleh informan penelitian (Creswell & Creswell, 2018). Paradigma konstruktivis dianggap selaras dengan tujuan penelitian untuk mengetahui bagaimana konstruk partisipan terkait dengan citra perempuan penari tradisional dan manajemen impresi yang kemudian dilakukan oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala melalui akun Instagram @ayodyapala. Oleh karena itu, metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Dengan metode ini, peneliti mampu berinteraksi dan memahami makna yang dimiliki oleh para informan penelitian (Denzin & Lincoln, 2018). Objek dalam penelitian ini adalah akun Instagram @ayodyapala. Subjek penelitian adalah para informan yang merupakan pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Terdapat lima orang informan yang telah bergabung dengan sanggar ini selama lebih dari 10 tahun dan memiliki berbagai posisi dalam Pusdiklat Seni Ayodya Pala dan berperan aktif dalam pengelolaan akun Instagram @ayodyapala. Tabel 1 menunjukkan informan penelitian.

Tabel 1. Data Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
Informan 1	Budi Agustinah	Pimpinan & Pendiri Pusdiklat Seni Ayodya Pala
Informan 2	Bhima Cipta	Manajer Media Sosial Pusdiklat Seni Ayodya Pa
Informan 3	Gita Asri	Manajer Penari dan Pelatih Pusdiklat Seni Ayodya Pala (AP PRO)
Informan 4	Happy Widayati	Penari Senior dan Pelatih Tari Pusdiklat Seni Ayodya Pala
Informan 5	Selly Y	Penari Profesional Pusdiklat Seni Ayodya Pala (AP PRO)

Sumber: Olahan Data Peneliti, 2023.

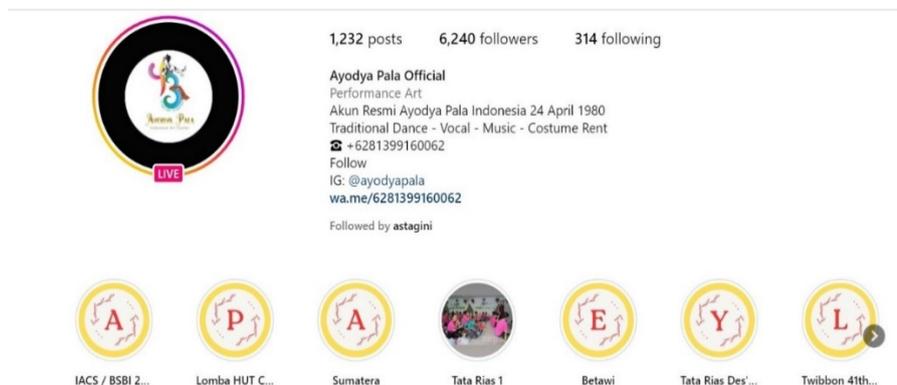
Pengumpulan data dilakukan selama satu bulan, pada bulan Februari 2023. Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan para informan dan melakukan observasi ke berbagai kegiatan yang dilakukan Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Observasi juga dilakukan secara daring pada akun Instagram @ayodyapala. Observasi yang dilakukan adalah mengumpulkan data yang terdiri dari beberapa elemen, antara lain video, foto, teks atau narasi yang menyertai tiap unggahan, serta jadwal unggah konten di akun Instagram tersebut. Selain itu peneliti juga melakukan penelusuran terhadap berbagai studi terdahulu terkait dengan citra perempuan yang berprofesi sebagai penari tradisional di Indonesia serta manajemen impresi di media sosial. Data hasil penelitian dianalisis dengan menggunakan *coding* tematik untuk mengkategorisasikan tema-tema yang muncul dari hasil penelitian lapangan sebelum kemudian dianalisis dan diinterpretasikan dengan teori dan konsep yang digunakan. Adapun keabsahan data dalam penelitian ini didapatkan melalui triangulasi sumber untuk membandingkan berbagai data yang diperoleh dari berbagai sumber, di berbagai waktu yang berbeda (Denzin & Lincoln, 2018).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Deskripsi Akun Instagram @ayodyapala

Pusdiklat Seni Ayodya Pala merupakan sebuah sanggar pelatihan seni budaya yang pertama kali dibentuk pada tahun 1978 sebelum beralih menjadi yayasan di tanggal 24 April 1981. Pusdiklat Seni Ayodya Pala awalnya berfokus pada pendidikan tari tradisional Indonesia sebelum melebarkan sayap ke berbagai pelatihan seni lainnya seperti olah vokal, teater dan *modelling*. Melalui pelatihan tari yang dilakukannya, Pusdiklat Seni Ayodya Pala telah meluluskan ratusan perempuan penari, pelatih tari, hingga koreografer tari. Sebagian dari lulusan Pusdiklat Seni ini juga memilih untuk melanjutkan pendidikan seni tari di perguruan tinggi. Pusdiklat Seni Ayodya Pala mengembangkan lini bisnis mereka dengan membentuk AP PRO. AP PRO merupakan divisi bisnis dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala dengan fokus pada pendidikan penari dan pelatih tari yang profesional. AP PRO juga bertugas untuk menyalurkan mereka ke berbagai institusi yang membutuhkan (wawancara informan 3, 19 Februari 2023).

Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki beberapa akun media sosial, salah satunya di media sosial Instagram dengan akun @ayodyapala. Saat ini akun Instagram @ayodyapala telah memiliki 6240 pengikut dengan jumlah total unggahan sebanyak 1232 unggahan.



Gambar 1. Akun Instagram sanggar seni Ayodya Pala. Sumber: Instagram @ayodyapala

Berdasarkan data yang dikumpulkan, diketahui bahwa perempuan penari yang tergabung di dalam Pusdiklat Seni Ayodya Pala merupakan ujung tombak dari kelangsungan bisnis dan proses

regenerasi Pusdiklat Seni ini. Oleh karena itu, berbagai unggahan pada akun Instagram @ayodyapala banyak menampilkan kegiatan para perempuan penari yang tergabung pada Pusdiklat Seni tersebut dalam berbagai acara. Salah satu unggahan dengan likes yang cukup banyak adalah unggahan di tanggal 11 Januari 2023 dengan total likes 428. Unggahan ini berupa penampilan dari 25 orang perempuan penari sanggar Ayodya Pala yang membawakan potongan tari Janger untuk mengiringi penampilan penyanyi Agnez Mo pada hari ulang tahun televisi swasta Indosiar.



Gambar 2. 25 Orang Perempuan Penari Janger dari sanggar seni Ayodya Pala. Sumber: Instagram @ayodyapala

Banyak respon yang diberikan terhadap unggahan tersebut, sebagian besar berupa pertanyaan mengenai kegiatan pelatihan sanggar seni Ayodya Pala. Hal ini disampaikan oleh informan 2, yang menjelaskan bahwa jumlah pertanyaan mengenai pendaftaran pelatihan mencapai ratusan, bahkan lebih dari 300 dalam waktu sebulan. (wawancara 20 Februari, 2023).

Penjelasan tersebut memperlihatkan unggahan penampilan dari perempuan penari dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala menjadi daya tarik utama dari organisasi ini kepada publik. Memang diketahui bahwa yang membuat banyak orang tertarik pada unggahan ini adalah kolaborasi perempuan penari Pusdiklat Seni Ayodya Pala dengan penyanyi Agnez Mo. Namun dengan unggahan ini terlihat bahwa Pusdiklat Seni Ayodya Pala dapat mengkreasikan dan menyandingkan tari tradisional dengan seni modern. Maka pertunjukan ini jauh dari kesan ketinggalan zaman, dan mampu melakukan modernisasi terhadap citra perempuan penari tradisional yang selama ini dianggap ketinggalan zaman.

Selain itu, hasil observasi yang dilakukan pada akun Instagram @ayodyapala memperlihatkan bahwa konten yang diunggah oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala dapat dikategorikan menjadi tiga tema. Tema pertama adalah pelatihan seni tari. Unggahan yang masuk ke dalam kategori ini merupakan foto dan video dari berbagai kegiatan latihan rutin yang dilakukan oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala, termasuk pagelaran seni yang merupakan tes dan ujian kenaikan tingkat bagi para siswa. Konten ini diunggah agar para pengikut (*followers*) dan masyarakat umum mengetahui rangkaian kegiatan pelatihan pendidikan tari tradisional yang dilaksanakan oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Observasi yang dilakukan pada bulan Februari 2023 memperlihatkan terdapat enam unggahan yang sesuai dengan tema ini.

Pelatihan tari pada Pusdiklat Seni dilakukan dengan menggunakan kurikulum pendidikan seni, sehingga tiap siswa belajar selama 14 semester mulai dari tingkat dasar hingga tingkat mahir. Hal ini dijelaskan oleh Informan 1 bahwa unggahan ini dimaksudkan untuk menunjukkan perbedaan kualitas antara perempuan penari di Pusdiklat Seni Ayodya Pala dibandingkan dengan sanggar seni lainnya. Pada tiap akhir semester dilakukan tes dan ujian kenaikan tingkat untuk menentukan kelayakan siswa naik ke tingkat selanjutnya (wawancara 20 Februari, 2023).



Gambar 2. Pagelaran Seni Tes Persiapan Ujian Kenaikan Tingkat Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Sumber: Instagram@ayodyapala

Tema kedua dari unggahan akun Instagram @ayodyapala adalah pentas seni dan prestasi yang diraih oleh perempuan penari tradisional dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Unggahan pada kategori ini menampilkan berbagai aktivitas pementasan yang dilakukan oleh perempuan penari dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala, baik yang masih berstatus siswa, maupun penari yang tergabung sebagai penari *professional* di AP PRO. Di bulan Februari 2023 ditemukan tiga unggahan yang termasuk dalam kategori ini. Disampaikan oleh informan 4 bahwa unggahan yang tergabung dalam tema ini membantu mereka memposisikan diri sebagai tenaga kerja profesional di masyarakat.



Gambar 3. Pentas Seni Perempuan Penari dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Sumber: Instagram@ayodyapala

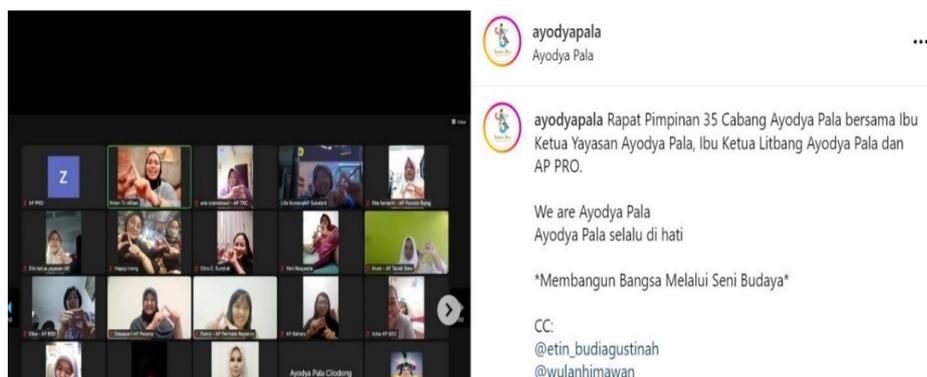
Berbagai unggahan tersebut memperlihatkan kepada masyarakat bahwa perempuan penari dari Ayodya Pala memiliki banyak kegiatan dan prestasi, sehingga kompetensi mereka tidak diragukan lagi (wawancara 21 Februari, 2023). Penari perempuan dari sanggar ini sering sekali mendapatkan pekerjaan untuk pentas dalam berbagai acara, dalam skala lokal hingga internasional. Maka profesi sebagai penari tradisional diperlihatkan sebagai profesi yang menjanjikan dan mampu memberikan imbalan finansial yang rutin dan mencukupi. Oleh karena itu, dengan unggahan ini Pusdiklat Seni Ayodya Pala memperlihatkan bahwa perempuan penari mereka merupakan penari yang profesional dan berkualitas.

Aspek kualitas dalam tema ini juga diperlihatkan melalui unggahan berupa prestasi yang diraih pada berbagai kompetisi, baik lokal hingga internasional. Unggahan ini yang menjadi pembeda bagi perempuan penari dari Pusdiklat Seni ini, terbukti mereka adalah penari yang berkualitas dan berprestasi.



Gambar 4. Prestasi Pusdiklat Seni Ayodya Pala di Supravista Festival International Contest. Sumber: Instagram@ayodyapala

Unggahan yang termasuk ke dalam kategori ketiga adalah unggahan yang bertema aktivitas pengurus Pusdiklat Seni. Unggahan yang dapat dikelompokkan dalam tema ini adalah berbagai konten yang berisi aktivitas pimpinan, pelatih tari, kepala cabang, hingga *official* lain yang bertugas mengurus kostum dan peralatan tari lainnya, hingga rapat pimpinan cabang, kunjungan ke berbagai instansi terkait, serta rapat persiapan tes dan ujian kenaikan tingkat. Unggahan pada kategori ini memperlihatkan profesionalitas para pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Koordinasi antar cabang dilaksanakan secara rutin dan melibatkan para pimpinan Pusdiklat Seni dan kepala cabang. Begitu pula koordinasi mengenai kegiatan pagelaran seni maupun pementasan. Rapat-rapat terkait juga dilakukan dalam hal pendidikan, di mana tiap-tiap pelatih mendapatkan arahan dari Ketua Pendidikan dan Latihan Pusdiklat Seni Ayodya Pala untuk memberikan materi-materi tari yang sesuai dengan kurikulum. Diterangkan oleh Informan 1 bahwa koordinasi berkala ini menunjukkan bahwa dalam proses kegiatan pelatihan dan pendidikan seni, pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala selalu serius dan sungguh-sungguh. Semua ini dilakukan mengingat materi yang disampaikan akan menjadi ilmu yang berguna bagi para siswa didik ke depannya (wawancara 19 Februari 2023). Pada bulan Februari 2023 didapatkan tiga buah unggahan yang sesuai dengan kategori ini.



Gambar 4. Rapat Pimpinan dan Kepala Cabang Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Sumber: Instagram@ayodyapala

Hasil observasi ini memperlihatkan bahwa akun Instagram @ayodyapala dapat dikategorikan sebagai ruang eksepsi. Ruang eksepsi merupakan tempat di mana aktor mengunggah data berupa tulisan, foto, video dan audio ke dalamnya (Hogan, 2010). Aktor dalam konteks ini adalah pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala yang mengelola akun Instagram @ayodyapala. Data atau artefak yang diunggah oleh aktor adalah berbagai foto, video maupun narasi yang menampilkan perempuan penari tradisional dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Dalam perspektif media sosial sebagai ruang eksepsi, maka terdapat peran pihak ketiga yaitu kurator yang bertugas membagikan

artefak kepada para penonton (Hogan, 2010). Dalam hal ini algoritma Instagram berfungsi sebagai kurator yang menampilkan berbagai unggahan yang dianggap sesuai dengan pihak penonton. Sedangkan pihak penonton dalam konteks ini adalah para pengikut dan pengguna media sosial Instagram yang melihat berbagai unggahan dari akun Instagram @ayodyapala.

3.2. Konstruksi Citra Positif Perempuan Penari Tradisional di Pusdiklat Seni Ayodya Pala

Hasil wawancara dan observasi terhadap kegiatan Pusdiklat Seni Ayodya Pala baik secara daring maupun luring memperlihatkan bahwa citra perempuan penari tradisional yang ingin dibangun oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala adalah penari yang profesional, multitalenta, berpendidikan, dan memiliki sopan santun. Sopan santun menjadi poin penting karena penari tradisional memiliki tugas untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada berbagai pihak. Sehingga segala perilaku para perempuan penari tradisional harus mencerminkan budaya Indonesia (wawancara informan 1, 20 Februari 2023). Para informan menyadari bahwa citra negatif terkait perempuan penari tradisional sudah terlanjur melekat kuat dalam konstruksi masyarakat. Oleh karena itu salah satu cara untuk melemahkan citra negatif tersebut, adalah dengan membangun karakter yang baik dari perempuan penari anggota Pusdiklat Seni Ayodya Pala.

Pusdiklat Seni Ayodya Pala sendiri memiliki aturan yang cukup ketat bagi para siswa dan penari mereka. Mulai dari aturan berperilaku hingga berpakaian yang disesuaikan dengan norma dan budaya masyarakat umum di Indonesia. Hal ini disampaikan Informan 1 sebagai berikut: *“Oh iya. Ya itu. Saya... hal itu mulai terpaku di pemikiran dan benak saya karena kita tuh diremehin lah ya kaya, Ah apaan sih tari tradisional. Kampungan gitulah ibaratnya. Anak gunung, iya kan. Kalau penari modern dance kan pakai tank top kalau kumpul, kita kan nggak. Kita penari tradisional justru harus sopan santun. Mulai dari cara berpakaian, sopan. Pribadi juga yang baik lah, santun, jadi kita tuh nyontohin.”* (wawancara 19 Februari 2023).

Hal ini juga ditegaskan oleh Informan 5. Ia menyampaikan bahwa sepanjang pengalamannya, banyak diskriminasi yang didapatkannya sebagai penari tradisional. Ketika baru pertama datang ke lokasi upacara pernikahan misalnya, ia sering dipandang sebelah mata oleh pihak lain karena ia hanyalah penari yang mengisi acara adat. Namun ia selalu berusaha untuk bersikap profesional dan menghormati pihak yang menggunakan jasanya. Dengan memperlihatkan sikap yang profesional dan sopan tersebut, maka pihak yang menggunakan jasanya sebagai penari menjadi respek dan puas dengan penampilannya (wawancara 23 Februari 2023).

Selain itu, Pusdiklat Seni Ayodya Pala juga memiliki cara lain untuk meningkatkan kualitas, yaitu dengan memberikan pelatihan seperti tata rias, musik tradisional dan bahasa asing. Kemampuan bahasa asing ini merupakan salah satu upaya untuk mengkonstruksi citra positif bagi para perempuan penari yang menjadi anggota mereka. Berikut penjelasan dari Informan 1: *“Anak-anak Ayodya Pala tu harus punya kelebihan dibanding anak-anak dari pokoknya kelompok tari yang lain. Jadi saya sempat bilang tuh pernah waktu di salah satu TV swasta saya bilang kalian kalau ngobrol jangan pakai Bahasa Indonesia ya. Usahakan pakai Bahasa Inggris, jadi orang biar dengar. Supaya kita punya nilai. Dan saya memang suka pamer kan buat apa, ya buat anak-anak. Bahwa kita berkelas. Bahwa kita punya nilai lebih dan tari tradisional merupakan ciri bangsa kita sendiri yang tidak ada matinya. Bahkan saya pernah kan sempat yang misi budaya ke Prancis, jadi kita sampai mendatangkan guru untuk melatih Bahasa. Karena itu saya pengen anak-anak tu punya kualifikasi diri”* (wawancara 19 Februari 2023).

Konstruksi citra positif pada perempuan penari tradisional ini juga ditampilkan pada akun Instagram @ayodyapala. Menurut keterangan Informan 2, dilakukan koordinasi secara terstruktur dengan pimpinan Pusdiklat Seni Ayodya Pala, agar konten yang diunggah sesuai dengan citra yang

ingin dibentuk organisasi. Koordinasi yang dilakukan berupa persetujuan akan konten yang akan diunggah mulai dari foto, video hingga narasi yang dituliskan. Tiap unggahan di akun @ayodyapala juga harus merujuk pada berbagai kegiatan yang sudah dilakukan oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala di ranah luring (wawancara 20 Februari 2023). Dari penjelasan tersebut diketahui bahwa bagi pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala terdapat keterkaitan antara kegiatan yang dilakukan dalam ranah luring dengan kegiatan manajemen impresi yang ditampilkan secara daring di akun Instagram @ayodyapala. Keterkaitan ini menjadi penting karena semua unggahan yang muncul di akun Instagram @ayodyapala harus dapat diverifikasi kesesuaiannya dengan kegiatan yang mereka lakukan. Hal ini diketahui selaras dengan studi yang dilakukan Ho & Wang (2020) yang memaparkan bahwa hubungan antara ranah luring dan daring akan menunjukkan konsistensi dan komitmen organisasi dalam membentuk citra. Maka penonton atau *audience* akan lebih mudah mempercayai impresi yang diberikan oleh para aktor sosial tersebut.

Lebih jauh Spear (2017) menjelaskan bahwa citra yang dibentuk melalui anggota organisasi memiliki peran penting dalam pembentukan citra dari organisasi itu sendiri. Citra yang muncul melalui proses komunikasi yang dilakukan baik secara luring maupun daring dari tiap anggota organisasi dapat mempengaruhi impresi *stakeholder* terhadap citra organisasi yang kemudian membentuk reputasi dari organisasi tersebut. Upaya konstruksi citra positif yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala terhadap perempuan penari yang tergabung di dalam sanggar mereka dapat dikatakan sebagai salah satu upaya pengurus dalam membentuk citra positif dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala sebagai organisasi pendidikan seni non formal. Keberhasilan Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam mendidik perempuan penari yang profesional, multitalenta, berpendidikan dan sopan, membentuk konstruksi baru yang positif dan bertentangan dengan citra negatif yang selama ini melekat pada perempuan penari tradisional. Keberhasilan inilah yang diperlihatkan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala secara konsisten selama bertahun-tahun, untuk membentuk reputasi positif dari organisasi mereka.

Media sosial menjadi salah satu alat utama dalam proses konstruksi citra yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Melalui media sosial mereka memiliki ruang untuk merekonstruksi citra yang selama ini melekat pada sebagian besar perempuan penari tradisional di Indonesia. Toffoletti & Thorpe (2018) menjelaskan bahwa melalui berbagai fitur seperti produksi, distribusi konten, berbalas pesan, para anggota kelompok marjinal dapat membentuk wacana baru yang berbeda dari apa yang selama ini diketahui dan dianggap benar oleh masyarakat. Hal ini yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Mereka memproduksi berbagai konten positif yang berkaitan dengan perempuan penari tradisional. Konten semacam ini yang selama ini sangat sulit untuk ditemukan pada media arus utama. Oleh karena itu, akun Instagram @ayodyapala kemudian digunakan untuk menyuarakan narasi positif mengenai perempuan penari yang tergabung di dalam Pusdiklat Seni mereka.

Tiap-tiap cabang Pusdiklat Seni Ayodya Pala disarankan untuk memiliki akun Instagram, yang juga aktif memproduksi dan mendistribusikan konten mengenai kegiatan perempuan penari yang tergabung di cabang tersebut. Dalam tiap konten, para pengurus dari masing-masing cabang dapat melakukan penandaan (*tag*) atau penyebutan (*mention*) pada Pusdiklat Seni Ayodya Pala pusat atau cabang lainnya. Mereka juga disarankan untuk membagikan kembali (*reshare*) berbagai konten yang diunggah oleh cabang-cabang lainnya. Para perempuan penari yang tergabung baik sebagai pengurus, pelatih, penari maupun siswa didik juga dihimbau untuk mengunggah berbagai penampilan mereka di akun media sosial Instagram mereka dan melakukan penandaan (*tag*) kepada akun Instagram @ayodyapala untuk kemudian dibagikan kembali oleh akun tersebut dan akun-akun cabang lainnya.

Upaya ini dilakukan untuk membangun komunikasi, membentuk ruang dan menyuarakan narasi positif mengenai perempuan penari di ruang media sosial Instagram. Dengan jejaring komunikasi tersebut, maka diketahui proses konstruksi citra pada perempuan penari di Pusdiklat Seni Ayodya Pala dilakukan secara kolektif, di mana tiap anggota berkontribusi aktif dalam proses ini. Hal ini sesuai kajian yang dilakukan oleh Toffoletti & Thorpe (2018) yang menjelaskan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh anggota kelompok marjinal dan hubungan mereka di media sosial memiliki kekuatan transformatif dalam mengkonstruksi narasi antitesis yang selama ini diketahui di dalam masyarakat. Narasi antitesis inilah yang kemudian mengkonstruksi identitas dan citra yang sifatnya kolektif bagi keseluruhan anggota kelompok marjinal.

Oleh karena itu upaya konstruksi citra positif terhadap perempuan penari yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki peran dalam konstruksi citra positif pada perempuan penari tradisional di Indonesia. Berbagai konten yang mereka bagikan melalui akun Instagram @ayodyapala dapat membentuk narasi positif pada perempuan Indonesia lain yang berprofesi sebagai penari tradisional. Perempuan penari tradisional dari Pusdiklat Seni Ayodya pala yang profesional, multitalenta, berpendidikan dan sopan, dapat merepresentasikan perempuan penari tradisional di Indonesia. Representasi inilah yang dapat menjadi wacana alternatif dari wacana yang selama ini ada di kalangan masyarakat umum.

3.3. Strategi Manajemen Impresi di akun Instagram@ayodyapala

Strategi manajemen impresi yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala melalui akun Instagram mereka diawali dengan penyalarsan kegiatan yang mereka lakukan antara di ranah luring maupun ranah daring. Dengan mengasumsikan bahwa akun Instagram @ayodyapala sebagai ruang eksebitasi atau panggung depan, maka terdapat tiga pihak yang berperan dalam manajemen impresi terhadap citra perempuan penari tradisional di Pusdiklat Seni Ayodya Pala di panggung depan tersebut. Pihak pertama adalah pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala sebagai aktor yang berperan memproduksi dan mengunggah berbagai konten melalui akun Instagram @ayodyapala, pihak kedua adalah penonton yaitu individu yang memiliki akses untuk melihat, memberikan komentar maupun membagikan kembali konten yang diunggah oleh aktor di akun Instagram @ayodyapala, dan pihak ketiga adalah algoritma Instagram yang mengatur distribusi konten dari aktor kepada penonton.

Dalam hal ini, aktor tidak memiliki akses kepada pihak ketiga, sehingga ia tidak bisa menentukan konten mana yang akan dilihat oleh penonton, dan penonton mana yang akan melihat konten-konten yang diunggahnya (Hogan, 2010). Hal ini dipahami oleh para informan yang mengelola akun Instagram @ayodyapala. Oleh karena itu dalam proses perancangan, produksi dan distribusi konten, mereka menimbang peran dari pihak ketiga tersebut. Strategi yang kemudian dilakukan adalah dengan menggunakan *hashtag* (#). *Hashtag* yang dipilih adalah *hashtag* tari tradisional (#taritradisional) dan tari tradisional indonesia (#taritradisionalindonesia).

Hashtag ini digunakan sebagai strategi untuk mengaitkan unggahan berisi tari tradisional dari akun Instagram @ayodyapala dengan unggahan lain yang serupa. Penggunaan *hashtag* yang konsisten ini akan membantu mempopulerkan konten yang diunggah oleh Pusdiklat Seni Ayodya Pala kepada pengguna Instagram. Sehingga ketika ada pengguna yang menggunakan fitur pencarian #taritradisional atau #taritradisionalindonesia, maka secara otomatis algoritma Instagram akan mengarahkan pada berbagai konten tari tradisional. Berikut keterangan dari Informan 2 terkait dengan penggunaan *hashtag* pada unggahan di akun Instagram @ayodyapala: "*hashtag itu berguna. Terkadang kita bikin tari tradisional, kalau kita sudah megang di hashtag tari tradisional, berarti kita sudah algoritmanya tuh sudah di situ. Jadi algoritmanya misalnya tari tradisional, berarti tu nanti di beranda kita tu semua tari tradisional. Pasti kita scroll ada tari*

tradisional misalnya kita ini Ayodya Pala hashtagnya berarti Ayodya Pala lagi. Kalau ada yang nge tag Ayodya Pala posting untuk Ayodya Pala, dirujuk ke kita, pasti kaya gitu” (wawancara 20 Februari, 2023).

Pemaparan tersebut memperlihatkan bahwa *hashtag* (#) membentuk ruang perbincangan atau forum mengenai suatu tema. Dalam penelitian ini tema yang terbentuk dari penggunaan *hashtag* adalah tari tradisional dan tari tradisional Indonesia. Pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala yang mengunggah konten dan menggunakan *hashtag* tersebut dapat berkomunikasi dan melihat berbagai konten lain yang bertemakan tari tradisional Indonesia sedangkan *hashtag* tambahan yang digunakan untuk mengaitkan tema tersebut dengan Pusdiklat Seni Ayodya Pala adalah #ayodyapala. Dengan menggunakan ketiga *hashtag* ini secara bersamaan dan konsisten, algoritma Instagram akan mengarahkan berbagai konten mengenai tari tradisional Indonesia ke unggahan dari akun Instagram @ayodyapala. Dengan strategi ini, diharapkan konten mengenai penari perempuan dari Pusdiklat Seni Ayodya Pala yang membawakan tari tradisional dapat dilihat oleh banyak pengguna Instagram yang merupakan penonton. Dari penjelasan tersebut maka dapat dikatakan bahwa penggunaan *hashtag* merupakan upaya untuk mengikutsertakan pihak ketiga, yaitu algoritma Instagram dalam strategi manajemen impresi yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Mereka juga berusaha memahami cara kerja dari algoritma Instagram untuk kemudian mensiasati agar konten yang mereka unggah dapat terdistribusi kepada penonton mereka.

Dalam proses perancangan dan produksi konten, Informan 2 menjelaskan bahwa citra perempuan penari yang ingin dikonstruksi adalah penari yang profesional dan berpendidikan, maka hal ini dimanifestasikan melalui tampilan yang terkesan modern, sederhana, namun terkesan mahal. Oleh karena itu *angle* foto, pengambilan video, proses pengeditan termasuk efek, *filter*, dan latar belakang musik yang digunakan, harus selaras dengan tampilan ini. Termasuk penulisan narasi pada unggahan tersebut. Informan 2 menambahkan apabila materi yang didapatkan oleh tim pengelola media sosial adalah materi yang kurang bagus, semisal banyak suara yang mengganggu ataupun gambar yang tidak fokus; maka sebisa mungkin ia akan mencari materi dari sumber lain untuk disertakan dengan materi tersebut. Sumber lain yang bisa berupa dokumentasi pribadi penari, hingga berita di media daring. Kadang konten yang diunggah oleh anggota Pusdiklat Seni Ayodya Pala juga dapat digunakan dan diunggah ulang dengan menambahkan beberapa narasi (wawancara 20 Februari 2023).

Selain itu, pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki strategi manajemen impresi lain yang digunakan untuk menarik perhatian pengikut dan pengguna Instagram lainnya terhadap konten yang mereka unggah. Mereka menggunakan permainan kata pada narasi dan potongan video yang bertujuan untuk menarik pengguna lain untuk melihat konten mereka. Informan menyebut ini dengan istilah *gimmick*. Dalam setiap konten yang akan diunggah, tim media sosial Pusdiklat Seni Ayodya Pala akan mencari *gimmick* yang merupakan keunikan atau kelebihan dari tiap konten tersebut. *Gimmick* menjadi salah satu cara untuk menentukan postingan yang akan diunggah. Maka pada tiap konten, yang pertama kali dilakukan adalah mencari *gimmick* yang akan diangkat, lalu kemudian keseluruhan unggahan akan didesain berdasarkan *gimmick* tersebut. Berikut adalah keterangan dari Informan 2 mengenai cara penggunaan *gimmick*: *“Pertama cari gimmicknya dulu nih. Gimmicknya apa nih, misalnnnya kemarin kan 150 penari. Nah, 150 penari itu kita naikkan ke media sosial, maksudnya jadi judul utamanya 150 penari Ayodya Pala mengikuti HUT Indosiar. Nah dari situ terstruktur”* (wawancara 20 Februari, 2023).

Strategi manajemen impresi selanjutnya adalah jadwal unggah konten. Informan menjelaskan bahwa pengunggahan konten yang konsisten, terlepas dari berapapun jumlah pengguna yang melihat atau menyukai dapat membentuk impresi bahwa organisasi mereka komunikatif dan selalu menunjukkan perkembangan (wawancara Informan 3, 20 Februari 2023).

Oleh karena itu, pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki jadwal tertentu untuk mengunggah konten, yaitu tiga kali dalam seminggu. Dua konten diunggah pada hari kerja pada siang atau sore hari, dan satu konten diunggah di akhir pekan (Sabtu atau Minggu). Jadwal ini dibuat berdasarkan asumsi para informan mengenai rutinitas harian pada pengguna Instagram pada umumnya. Unggahan pada siang dan sore hari di hari kerja dilakukan dengan pemikiran bahwa pada jam tersebut pengguna Instagram banyak yang membuka media sosial dalam menemani aktivitas mereka ketika makan siang dan perjalanan pulang dari kantor.

Sementara pengunggahan konten pada akhir pekan dilakukan karena pada hari tersebut sebagian besar pengguna Instagram menikmati hari libur di rumah bersama keluarga. Sehingga frekuensi mereka mengakses media sosial Instagram akan lebih sering. Informan 3 menambahkan bahwa mereka kadang kesulitan untuk mengunggah konten sesuai dengan jadwal yang telah ditetapkan. Mengingat sebagai organisasi pendidikan non formal di bidang seni, kegiatan pelatihan dan pementasan yang mereka lakukan juga tidak rutin dilaksanakan setiap harinya. Untuk mensiasati hal ini maka dilakukan inventarisasi terhadap berbagai konten lama yang sudah pernah diunggah untuk kemudian dimodifikasi dengan menggunakan *gimmick* yang baru. Berikut penjelasan informan 3: *“ya kadang pentas kita cari gimmick yang lain, kaya udah pernah juara Gold Medal Supravista, sekarang kita angkat dari gimmick usia penarinya. Misal penari 7 tahun menang di kejuaraan internasional”* (wawancara 20 Februari, 2023).

Pemaparan dari para informan memperlihatkan bahwa strategi manajemen impresi yang dilakukan pada panggung depan yaitu akun Instagram @ayodyapala sangat transparan dan jelas menuju para penonton sebagai target. Maka dari itu berbagai penampilan yang diberikan oleh para aktor sangat berkaitan dengan impresi yang ingin didapatkannya dari para penonton (Pan et al., 2019). Hal ini juga terlihat dalam akun Instagram @ayodyapala. Berbagai konten yang diunggah dan dibagikan adalah konten-konten yang berkontribusi dalam konstruksi citra positif bagi perempuan penari, sesuai dengan tujuan dari pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Informan 5 mengatakan bahwa ia seringkali mendapatkan komentar positif dari berbagai pihak dikarenakan unggahan di Instagram @ayodyapala yang memperlihatkan berbagai prestasi serta kegiatan pentas tari di dalam maupun luar negeri. Berikut penjelasan Informan 5: *“ya meski yang nari bukan kita juga tapi karena orang tahunya kita anak Ayodya AP PRO ya akhirnya dibilang keren ya aktif pentas sampai ke luar negeri”* (wawancara 21 Februari, 2023).

Salah satu kelemahan pendekatan manajemen impresi yang mengasumsikan media sosial sebagai ruang eksepsi adalah tidak teridentifikasinya panggung belakang. Padahal penampilan aktor pada panggung belakang cenderung lebih intim, halus dan tidak transparan seperti panggung depan (Hogan, 2010; Pan et al., 2019). Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi manajemen impresi yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala menunjukkan adanya penampilan aktor di panggung belakang. Dalam hal ini berbagai penampilan dan interaksi yang tidak tampak di panggung depan dapat dikategorikan sebagai penampilan di panggung belakang (Pan et al., 2019; Lillqvist & Louhiala-Salminen, 2014). Merujuk pada hal ini, maka kegiatan pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala di ranah luring dapat dikategorikan sebagai penampilan di panggung belakang. Terdapat beberapa perbedaan karena penampilan panggung belakang memperlihatkan perjuangan yang tidak sempurna penampilan di panggung depan. Unggahan pagelaran seni ujian kenaikan tingkat yang diikuti 1500 orang penari di akun Instagram @ayodyapala tidak memperlihatkan perjuangan para pengurus, pelatih, pimpinan cabang dan *official* lainnya dalam mensukseskan pagelaran ini. Berbagai upaya pengurus dan pelatih dalam mempertahankan anak didik untuk terus belajar menari juga hanya terlihat pada panggung belakang. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala

menggunakan panggung belakang untuk mendukung apa yang mereka tampilkan pada panggung depan.

Berdasarkan hasil analisis dari data penelitian, diketahui bahwa strategi manajemen impresi pada perempuan penari di Pusdiklat Seni Ayodya Pala dilakukan untuk membangun reputasi positif pada organisasi mereka. Oleh karena itu, strategi manajemen impresi yang diidentifikasi adalah strategi manajemen impresi asertif. Strategi asertif terdiri dari sanjungan (*ingratiation*), intimidasi (*intimidation*), promosi organisasi (*organizational promotion*), penggunaan contoh (*exemplification*), dan permohonan (*supplication*). Sanjungan merupakan tindakan aktor yang membuat organisasi terlihat lebih menarik bagi penonton. Intimidasi merupakan tindakan aktor yang menampilkan organisasi sebagai pihak yang berkuasa. Tindakan promosi organisasi memperlihatkan organisasi sebagai pihak yang kompeten dan berhasil. Penggunaan contoh dilakukan ketika organisasi memproyeksikan citra yang berkaitan dengan integritas, tanggung jawab moral dan sosial. Sedangkan permohonan merupakan tindakan aktor yang memproyeksikan organisasi mereka bergantung pada pihak lain (Schniederjans et al., 2013).

Berbagai unggahan dalam akun Instagram @ayodyapala sebagai panggung depan memperlihatkan adanya tindakan sanjungan dengan memperlihatkan berbagai macam kegiatan dan prestasi perempuan penari; tindakan berupa promosi organisasi yang dilakukan dengan memperlihatkan berbagai kegiatan pelatihan para perempuan penari siswa di Pusdiklat Seni Ayodya Pala; serta tindakan penggunaan contoh yang memperlihatkan kontribusi Pusdiklat Seni Ayodya Pala dalam berbagai kegiatan pelestarian seni budaya. Tidak ditemukan tindakan intimidasi dan permohonan di panggung depan tersebut. Tindakan strategi manajemen impresi asertif ini dilakukan secara langsung dengan mempresentasikan berbagai kegiatan dan prestasi yang diraih oleh para perempuan penari di Pusdiklat Seni Ayodya Pala.

3.4. Diskusi

Media sosial saat ini sudah menjadi salah satu alat utama dalam strategi manajemen impresi yang dilakukan oleh organisasi atau perusahaan. Pendekatan yang mengasumsikan media sosial sebagai ruang eksepsi memungkinkan strategi ini dilakukan hanya pada panggung depan saja, tanpa memperhatikan penampilan para aktor di panggung belakang. Namun hubungan antara aktor dan penonton yang biasanya dilakukan secara langsung, kini dimediasi oleh pihak ketiga yang dinamakan kurator. Kurator dalam konteks ini merupakan algoritma yang dikembangkan oleh pihak pengembang media sosial dan berfungsi untuk mendistribusikan berbagai konten yang diunggah oleh aktor di panggung depan kepada para penonton. Dengan pendekatan ini, maka aktor tidak dapat memastikan apakah konten mereka akan tersampaikan pada penonton yang dituju, dan aktor sendiri tidak secara jelas mengetahui siapa saja penonton mereka. Kondisi ini kemudian menempatkan kurator dalam posisi yang penting. Sehingga dalam strategi manajemen impresi, pihak aktor harus mempelajari sistem kurasi yang dilakukan untuk mendapatkan impresi yang diharapkan dari penonton.

Pusdiklat Seni Ayodya Pala menyadari peran dari kurator yaitu algoritma dari media sosial Instagram yang berfungsi menyampaikan konten yang mereka unggah kepada penonton. Sehingga dalam strategi manajemen impresi yang dilakukan pada panggung depan, pihak aktor yaitu pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala menggunakan *hashtag* dan melakukan pengunggahan konten secara terjadwal. Kedua hal ini dilakukan untuk mensiasati kurasi konten dari algoritma Instagram. *Hashtag* #taritradisional, #taritradisionalindonesia dan #ayodyapala digunakan agar konten mereka menjadi populer dan terkoneksi dengan konten lain dalam tema yang sama. Sehingga kemungkinan konten tersebut bisa masuk ke beranda para pengguna Instagram menjadi lebih besar. Sedangkan

jadwal pengunggahan dilakukan untuk mensiasati agar unggahan berupa konten foto dan video dari akun Instagram @ayodyapala dapat terlihat oleh pengguna Instagram di waktu luang mereka.

Hal ini memperlihatkan bahwa ketika strategi manajemen impresi diaplikasikan pada ranah daring, dalam konteks ini media sosial, maka kemampuan aktor untuk memahami sistem algoritma menjadi penting. Kegagalan pembentukan impresi bisa saja disebabkan oleh ketidakpahaman aktor terhadap sistem algoritma media sosial yang digunakannya. Selain itu, pendekatan strategi manajemen impresi di mana media sosial berfungsi sebagai ruang eksepsi ini hanya berfokus pada penampilan aktor di akun media sosial mereka. Berbagai tindakan komunikasi lain yang dapat berlangsung di panggung belakang atau di luar akun media sosial mereka tidak dapat teramati. Hal ini yang juga berpotensi terjadi kegagalan pembentukan impresi organisasi, Karena kadang yang ditampilkan pada panggung depan tidak konsisten dengan apa yang diperlihatkan pada panggung belakang. Harus diingat bahwa di era keterbukaan informasi ini, semua pihak dapat mengakses dan memverifikasi berbagai hal dengan sangat mudah, sehingga konsistensi antara ranah luring dan daring kemudian menjadi penting.

Strategi manajemen impresi yang dilakukan oleh pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala ini memperlihatkan bahwa keselarasan dan konsistensi pada apa yang mereka kerjakan pada ranah luring dan ranah daring merupakan hal yang penting. Meski kemudian ditemukan beberapa perbedaan, ternyata konsistensi ini menjadi salah satu pedoman dalam strategi manajemen impresi konstruksi citra positif pada perempuan penari tradisional yang bergabung pada Pusdiklat Seni mereka, dan memiliki peran dalam membentuk reputasi positif pada Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Selain itu, pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala memiliki strategi kreatif dalam mengkonstruksi citra perempuan penari yang lebih modern dan merupakan ekspansi dari ranah tari tradisional. Strategi kreatif ini dapat dikategorikan sebagai strategi sanjungan, di mana pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala memperlihatkan berbagai keterlibatan dan kolaborasi penari Perempuan dalam karya seni modern melalui unggahan mereka di media sosial Instagram.

4. PENUTUP

Hasil Manajemen impresi pada akun Instagram @ayodyapala dilakukan pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala untuk mengkonstruksi citra positif pada perempuan penari tradisional yang tergabung pada Pusdiklat Seni tersebut. Citra positif yang ingin dikonstruksi adalah perempuan penari yang profesional, multitalenta, berpendidikan dan memiliki sopan santun. Proses konstruksi citra dilakukan baik secara daring maupun luring. Secara luring Pusdiklat Seni Ayodya Pala memberikan berbagai pelatihan keterampilan lain seperti bahasa asing, tata rias, seni musik tradisional, dan pelatihan lain untuk mendukung kompetensi dan profesionalitas mereka. Program pendidikan seni tari di Pusdiklat Seni Ayodya Pala sendiri sudah berdasarkan kurikulum yang tersertifikasi Kemdikbud, sehingga terdapat standarisasi pada keterampilan seni tari yang dimiliki oleh perempuan penari siswa Pusdiklat Seni Ayodya Pala. Citra positif ini juga didukung dengan kegiatan pada ranah luring lain seperti Pagelaran Seni dalam rangka Ujian Kenaikan Tingkat, keikutsertaan dalam berbagai lomba di dalam maupun luar negeri, dan berbagai pementasan mulai dari skala lokal hingga internasional. Sedangkan secara daring, melalui akun Instagram @ayodyapala berbagai konten berupa foto dan video terkait perempuan penari tradisional di Pusdiklat Seni Ayodya Pala didesain selaras dengan citra positif yang ingin dikonstruksi. Semua tampilan konten memiliki desain yang modern, sederhana namun berkelas.

Manajemen impresi yang kemudian dilakukan melalui akun Instagram @ayodyapala mengenali adanya peran pihak ketiga yaitu algoritma dari media sosial Instagram yang berfungsi sebagai kurator dan memediasi distribusi konten dari pengurus akun Instagram @ayodyapala kepada pengguna Instagram yang menjadi penonton mereka. Untuk mengoptimalkan fungsi kurasi

dari pihak ketiga maka pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala menggunakan *hashtag* dalam tiap unggahan, serta memiliki jadwal unggah konten yang terstruktur. Selain itu, untuk memperbesar kemungkinan konten yang diunggah dalam akun Instagram @ayodyapala muncul di beranda para pengguna Instagram dan membuat pengguna Instagram tertarik dengan konten tersebut. Dalam mengunggah konten, pengurus Pusdiklat Seni Ayodya Pala menggunakan strategi manajemen impresi yang bersifat asertif dan bertujuan untuk membentuk citra. Strategi ini dapat teridentifikasi melalui unggahan konten mereka yang memberikan sanjungan kepada perempuan penari, mempromosikan organisasi mereka yang berhasil mendidik perempuan penari profesional dan memberikan contoh berbagai kegiatan organisasi yang berkontribusi positif dalam pelestarian seni tari tradisional.

Ucapan Terima Kasih

Ucapan terima kasih kami sampaikan Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan pendanaan pada penelitian ini serta Pusdiklat tari Ayodya Pala yang telah memberikan ruang bagi peneliti untuk mendalami makna mengenai kontribusi perempuan penari dalam pelestarian budaya Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- rani, W. A., & Kahija, Y. F. La. (2016). Makna Menjadi Penari Jawa: Sebuah Interpretative Phenomenological Analysis. *Empati*, 5(2), 402–407.
- Anggoro, G. D., Dunan, A., & Karman, K. (2021). Bauran Komunikasi Pemasaran dalam Memasarkan Destinasi Wisata Alam Saat Pandemi COVID-19. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 223. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3787>
- Astagini, N., & Sarwono, B. K. (2022). The meaning of social media for women domestic workers during the Covid-19 pandemic. *Informasi*, 51(2), 227–248. <https://doi.org/10.21831/informasi.v51i2.42897>
- Benthaus, J., Risius, M., & Beck, R. (2016). Social media management strategies for organizational impression management and their effect on public perception. *Journal of Strategic Information Systems*, 25(2), 127–139. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2015.12.001>
- Bolino, M., Long, D., & Turnley, W. (2016). Impression Management in Organizations: Critical Questions, Answers, and Areas for Future Research. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 3, 377–406. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-041015-062337>
- Bozzolan, S., Cho, C. H., & Michelon, G. (2015). Impression Management and Organizational Audiences: The Fiat Group Case. *Journal of Business Ethics*, 126(1), 143–165. <https://doi.org/10.1007/s10551-013-1991-9>
- Bullingham, L., & Vasconcelos, A. C. (2013). “The presentation of self in the online world”: Goffman and the study of online identities. *Journal of Information Science*, 39(1), 101–112. <https://doi.org/10.1177/0165551512470051>
- Chng, D. H. M., Rodgers, M. S., Shih, E., & Song, X. B. (2015). Leaders’ impression management during organizational decline: The roles of publicity, image concerns, and incentive compensation. *Leadership Quarterly*, 26(2), 270–285. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2014.12.003>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design : Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publication, Inc.
- Dayo, T. N., & Faradina, S. (2020). Perfeksionisme pada Penari: Adaptif atau Maladaptif? *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 6(1), 43. <https://doi.org/10.22146/gamajop.52696>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). The Sage Handbook of Qualitative Research. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *The SAGE Handbook of Qualitative Research* (5th ed., Vol. 195, Issue 5). Sage Publication. <https://doi.org/10.1007/s11229-017-1319-x>
- Dijkmans, C., Kerkhof, P., & Beukeboom, C. J. (2015). A stage to engage: Social media use and corporate reputation. *Tourism Management*, 47, 58–67. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.09.005>

- E.W, E. R., Malarsih, & Lestari, W. (2005). Citra Wanita dalam Pertunjukan Kesenian Tayub. *HARMONIA: JURNAL PENGETAHUAN DAN PEMIKIRAN SENI Sementara*, VI(2), 1–9.
- Firafiroh, A. (2022, April 29). Cerita Ni Ketut Putri Minangsari Soal Potret dan Stigma Profesi Penari Tradisional di Indonesia. *Www.Parapuan.Co*. <https://www.parapuan.co/read/533260579/cerita-ni-ketut-putri-minangsari-soal-potret-dan-stigma-profesi-penari-tradisional-di-indonesia?page=2>
- Fitriana, I., Ibrahim, & Mahfuddin. (2022). Citra Perempuan Kalah dalam Novel Ronggeng Dukung Paruk Karya Ahmad Tohari: Kajian Kritik Sastra Feminis. *DEIKTIS: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(4), 438–448.
- Harnish, D. (2007). “Digging” and “upgrading”: Government efforts to “develop” music and dance in Lombok, Indonesia. *Asian Music*, 38(1), 61–87. <https://doi.org/10.1353/amu.2007.0018>
- Haryono, S. (2012). Konsep Dasar Bagi Seorang Penari. *Greget: Jurnal Pengetahuan Dan Penciptaan Tari*, 11(1), 28–36.
- Heriyanto, R. (2020, December 13). Nyantrik Seni Salah Satu Penyelamatan Seni Tradisi. *Pikiran-Rakyat.Com*. <https://portalbandungtimur.pikiran-rakyat.com/budaya/pr-941102222/nyantrik-seni-salah-satu-penyelamatan-seni-tradisi>
- Ho, C. W., & Wang, Y. B. (2020). Does social media marketing and brand community play the role in building a sustainable digital business strategy? *Sustainability (Switzerland)*, 12(16), 1–17. <https://doi.org/10.3390/SU12166417>
- Hogan, B. (2010). The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online. *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(6), 377–386. <https://doi.org/10.1177/0270467610385893>
- Husna, A., & Fahrimal, Y. (2021). Representasi Perempuan Berdaya pada Akun Instagram @rachelvennya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 131. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3801>
- Irawati, E. (2018). Kreativitas dan Pemberdayaan Sumber Daya Manusia Sebagai Strategi Pemasaran Kesenian Tradisional di Indonesia. *GETER: Jurnal Seni Drama, Tari Dan Musik*, 1(1), 1–8. <https://doi.org/10.26740/geter.v1n1.p1-8>
- Ishiguro, M. A. (2019). Ratoeh Jaroe: Islam, Youth, and Popular Dance in Jakarta, Indonesia. *Yearbook for Traditional Music*, 51(July), 73–101. <https://doi.org/10.1017/ytm.2019.10>
- Kico, I., Grammalidis, N., Christidis, Y., & Liarokapis, F. (2018). Digitization and visualization of folk dances in cultural heritage: A review. *Inventions*, 3(4). <https://doi.org/10.3390/inventions3040072>
- Kristianingrum, F. J., & Susanto. (2020). Strategi Komunikasi Pemasaran Padepokan Seni Tari Parikesit dalam Memperkenalkan Tarian Tradisional Gambiyong Daerah Jawa Tengah. *Jurnal Akrab Juara*, 5(2), 27–40.
- Kusumastuti, N. (2022). Perempuan Indonesia Timur: Wiyah dan Wiwiek (Penjaga dan Pengembang Tradisi). *Majalah Basis*, 71(3–4). [http://repository.ikj.ac.id/950/1/Majalah Budaya Basis No 3-4 Perempuan Indonesia Timur kisah Wiyah dan Wiwiek.pdf](http://repository.ikj.ac.id/950/1/Majalah%20Budaya%20Basis%20No%203-4_Perempuan%20Indonesia%20Timur%20kisah%20Wiyah%20dan%20Wiwiek.pdf)
- Lillqvist, E., & Louhiala-Salminen, L. (2014). Facing Facebook: Impression Management Strategies in Company-Consumer Interactions. *Journal of Business and Technical Communication*, 28(1), 3–30. <https://doi.org/10.1177/1050651913502359>
- McEntee-Atalianis, L., & Litosseliti, L. (2017). Narratives of sex-segregated professional identities. *Narrative Inquiry*, 27(1), 1–23. <https://doi.org/10.1075/ni.27.1.01mce>
- Murtiningsih, B. S. E. (2017). Representation of 2004 General Election Campaign in Comics Media: Semiotics studies of Comic Ketopraktoon in the 2004 Election Campaign in Kompas Newspaper. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 8(5), 117–129. <https://doi.org/10.1515/mjss-2017-0030>
- Murwani, E. (2018). The Impression Management Strategy of the Candidates of Governor-Vice Governor of DKI Jakarta on Social Media. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 3(2). <https://doi.org/10.25008/jkisk.3i2.219>
- Nirmala, V. V., & Sudrajat, A. (2019). Rasionalitas Pemilihan Pekerjaan sebagai Penari Jaranan. *Paradigma: Journal of Sociological Studies*, 7(3).
- Nusuary, F. M., & Meutia, F. S. (2021). Mistifikasi “Perempuan Terhormat” Dalam Film Sang Penari Dari Pengesahan Ritual Ke Hiburan Panggung. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 7(2), 205–220. <https://doi.org/10.33369/jsn.7.2.205-220>

- Omoankhanlen, J. A., & Issa, T. E. (2021). Impression Management and Organizational Citizenship Behaviour of Hotels in Rivers State, Nigeria. *European Journal of Business and Management Research*, 6(6), 278–285. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2021.6.6.878>
- Pan, Y., Torres, I. M., & Zúñiga, M. A. (2019). Social Media Communications and Marketing Strategy: A Taxonomical Review of Potential Explanatory Approaches. *Journal of Internet Commerce*, 18(1), 73–90. <https://doi.org/10.1080/15332861.2019.1567187>
- Picone, I. (2015). Impression Management in Social Media. *The International Encyclopedia of Digital Communication and Society*, October, 1–7. <https://doi.org/10.1002/9781118767771.wbiedcs071>
- Pramana, A. D. R., & Nugrahaeni, T. (2019). *Pakarena Anida Dance as Guidance Values of Buginese Women in Indonesia*. 255(Icade 2018), 262–266. <https://doi.org/10.2991/icade-18.2019.60>
- Rachmawanti, R. (2022). Digital Kultur: Music and Cultural Festivals Platform of Performing Arts in Digital Era. *Tonika: Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Seni*, 5(2), 166–177. <https://doi.org/10.37368/tonika.v5i2.448>
- Rosenfeld, P., Edwards, J. E., & Thomas, M. D. (2014). Impression Management. In C. L. Cooper (Ed.), *Wiley Encyclopedia of Management*. John Wiley&Sons, Ltd. <https://doi.org/10.4324/9781315775357>
- Sari, D. K., & Siahainenia, R. R. (2015). Gerakan Sosial Baru di Ruang Publik Virtual pada Kasus Satinah. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 12(1), 105–118. <https://doi.org/10.24002/jik.v12i1.446>
- Schniederjans, D., Cao, E. S., & Schniederjans, M. (2013). Enhancing financial performance with social media: An impression management perspective. *Decision Support Systems*, 55(4), 911–918. <https://doi.org/10.1016/j.dss.2012.12.027>
- Septianingsih, E. (2012). Eksploitasi Ekonomi Dan Seksual Para Penari Lenggeng. *KOMUNITAS: International Journal of Indonesian Society and Culture*, 4(2), 148–156. <https://doi.org/10.15294/komunitas.v4i2.2403>
- Spear, S. (2017). Impression Management Activity in Vision, Mission, and Values Statements: A Comparison of Commercial and Charitable Organizations. *International Studies of Management and Organization*, 47(2), 159–175. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1256165>
- Tashmin, N. (2016). Art of Impression Management on Social Media. *World Scientific News*, 30, 89–102. www.worldscientificnews.com
- Tata, J., & Prasad, S. (2015). CSR Communication: An Impression Management Perspective. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 765–778. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2328-z>
- Terrell, K., Kwok, L., & Guo, L. (2011). Organizational Impression Management Behaviors in Social Media: A Perspective of a Social Networking Site. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27. http://scholarworks.umass.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1214&context=gradconf_hospitality
- Toffoletti, K., & Thorpe, H. (2018). Female athletes’ self-representation on social media: A feminist analysis of neoliberal marketing strategies in “economies of visibility.” *Feminism and Psychology*, 28(1), 11–31. <https://doi.org/10.1177/0959353517726705>
- Tsimonis, G., & Dimitriadis, S. (2014). Brand Strategies in Social Media. *Marketing Intelligence & Planning*, 32(3), 328–344. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.06.025>
- Vernuccio, M. (2014). Communicating Corporate Brands Through Social Media: An Exploratory Study. *Journal of Business Communication*, 51(3), 211–233. <https://doi.org/10.1177/2329488414525400>
- Wang, N., Sun, Y., Shen, X. L., Liu, D., & Zhang, X. (2019). Just being there matters: Investigating the role of sense of presence in Like behaviors from the perspective of symbolic interactionism. *Internet Research*, 29(1), 60–81. <https://doi.org/10.1108/IntR-08-2017-0299>
- Wängqvist, M., & Frisén, A. (2016). Who am I Online? Understanding the Meaning of Online Contexts for Identity Development. *Adolescent Research Review*, 1(2), 139–151. <https://doi.org/10.1007/s40894-016-0025-0>
- Wijaya, S. W., Watson, J., & Bruce, C. (2018). Understanding empowerment in social media context: Lessons from Indonesian migrant domestic workers. *International Journal of Web Based Communities*, 14(2), 172–195. <https://doi.org/10.1504/IJWBC.2018.092392>
- Xie, J., Huang, Q., Wang, H., & Shen, M. (2019). Coping with negative workplace gossip: The joint roles of self-monitoring and impression management tactics. *Personality and Individual Differences*, 151(May),

109482. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2019.06.025>

Yuni. (2023, March 6). Catat! Budaya Daerah Jangan Sampai Tergerus Zaman. *Radarsampit.Com*.
<https://www.radarsampit.com/berita/catat-budaya-daerah-jangan-sampai-tergerus-zaman.html>

Yunusov, G., Juraev, I., & Ahmedov, R. (2020). a Look At the Regional Seasonal Folklore and Their Origin. the Role and Importance of Folklore in the Development of Dance Art. *European Journal of Arts*, 1, 121–124. <https://doi.org/10.29013/eja-20-1-121-124>