



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Muklas Adi Saputra
44219010032

Pengelolaan Kesan Transgender Pada Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Transgender di Jakarta)

Bibliografi: 5 Bab, 12 Buku, 15 Jurnal, 3 Website

ABSTRAK

Transgender dalam kehidupan bermasyarakat seringkali dianggap sebagai sebuah sesuatu yang berbeda dan tidak ‘normal’ menurut pandangan yang dianut. Banyak dari mereka yang mengalami kekerasan fisik hingga verbal yang berujung kepada terasingnya kelompok marjinal tersebut. Pembentukan kesan yang baik menjadi salah satu cara untuk mengubah stigma buruk yang melekat pada kelompok LGBTQ terutama Transgender yang sudah melekat pada benak masyarakat.

Melalui penelitian ini akan dikaji bagaimana para Transgender menggunakan media sosial Instagram sebagai jalan untuk membentuk kesan dengan tujuan akhir pembentukan stigma yang baik dimata masyarakat. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *impression management* yang dikemukakan oleh Jones and Pittman (1982) yang berisi lima strategi pembentukan kesan, yakni *ingratiation*, *self promotion*, *exemplification*, *intimidation*, dan *supplication*. Metode penelitian kualitatif studi kasus digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana pengelolaan kesan yang dilakukan oleh kelompok transgender dalam media sosial Instagram mereka melalui penyajian konten yang diberikan dan fitur-fitur Instagram yang digunakan.

Hasil penelitian menemukan bahwa proses pengelolaan kesan dilakukan dengan penyajian konten dan juga penggunaan fitur pada media sosial Instagram, dengan strategi yang digunakan didominasi oleh promosi diri (*self promotion*), mengambil hati (*ingratiation*), dan menjadi contoh (*exemplification*).

Kata Kunci: *impression management*, Transgender, LGBTQ, Instagram, media sosial



Mercu Buana University
Communication Science
Public Relations
Muklas Adi Saputra
44219010032

Impression Management of Transgender in Social Media Instagram (Study Case through Transgenders in Jakarta)

Bibliografi: 5 Chapters, 12 Books, 15 Journals, 3 Websites

ABSTRAK

Transgenders in society are often perceived as something different and not 'normal' according to the views held. Many of them experience physical to verbal violence that leads to the alienation of these marginalized groups. Forming a good impression is one way to change the bad stigma attached to LGBTQ groups, especially Transgender, which has been attached to the minds of the society.

Through this research, will be studied how Transgenders use Instagram to form an impression with the ultimate goal of forming a good stigma in the eyes of society. The theory used in this research is the impression management theory proposed by Jones and Pittman (1982) which contains five impression formation strategies, namely ingratiation, self promotion, exemplification, intimidation, and supplication. By using a qualitative case study research method, the researcher wants to reveal how impression management is carried out by transgender groups in their Instagram social media through the presentation of the content provided and the Instagram features used in daily life.

The result has found that the impression management process is carried out by presenting content and also using features on Instagram, with the strategies used being dominated by self-promotion, ingratiation, and exemplification.

Keyword: *impression management, Transgender, LGBTQ, Instagram, social media*