

IMPRESSION MANAGEMENT PADA AKTIVITAS PROTOCOLAIRE OFFICER DALAM PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN DI PT LEN INDUSTRI (PERSERO)

Oleh : Amy Elva Silviany¹, Deden Ramdan², Sutrisno³
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung
Email : amyelva08@gmail.com

ABSTRACT

Good impression management is depicted in various company activities, one of which is the Protocolaire Officer's activity, with the demand that they appear perfect, a few mistakes they make will tarnish the company's image. This study discusses how the Protocolaire Officers at PT Len Industri (Persero) carry out impression management in shaping the company's image which is carried out from the results of the author's analysis of the behavior of the Protocolaire Officers in the front stage area while they carry out their duties and from their daily activities on the back stage. This research was conducted to determine the impression that is formed in the eyes of the general public, especially the company's image from the appearance made by Protocolaire Officer Len in carrying out his daily duties. The results of this study indicate that the respondents gave positive perceptions of the company as well as personal assessments of impression management carried out by Protocolaire Officer PT Len Industri (Persero) in the front stage and back stage areas.

Keywords: Communication, Dramaturgy, Impression management, Front stage, Back stage, Protocolaire Officer, Company image, Corporate Image, PT Len Industri.

ABSTRAK

Pengelolaan kesan (*impression management*) yang baik menggambarkan dalam berbagai aktivitas perusahaan salah satunya adalah aktivitas *Protocolaire Officer*, dengan tuntutan agar dapat tampil sempurna, sedikit celah kesalahan yang mereka perbuat akan mencoreng citra perusahaan. Penelitian ini membahas tentang bagaimana para *Protocolaire Officer* di PT Len Industri (Persero) melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) dalam membentuk citra perusahaan yang dilakukan dari hasil analisa penulis terhadap perilaku para *Protocolaire Officer* di area panggung depan (*front stage*) selama mereka menjalankan tugas dan dari aktivitas kesehariannya di panggung belakang (*back stage*). Penelitian ini dilakukan guna mengetahui kesan yang terbentuk di mata khalayak umum khususnya citra perusahaan dari tampilan yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* Len dalam menjalankan tugasnya sehari-hari. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa para responden memberikan persepsi yang positif terhadap perusahaan maupun penilaian personal atas pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* PT Len Industri (Persero) di wilayah panggung depan (*front stage*) maupun panggung belakang (*back stage*).

Kata Kunci : Komunikasi, Dramaturgi, *Impression management*, *Front stage*, *Back stage*, *Protocolaire Officer*, *Company image*, Citra Perusahaan, PT Len Industri

¹ Penulis

² Pembimbing Utama

³ Pembimbing Pendamping

PENDAHULUAN

PT Len Industri (Persero) didirikan sejak tahun 1965 dengan nama LEN yang merupakan singkatan dari Lembaga Elektroteknika Nasional kemudian bertransformasi menjadi sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada tahun 1991. Sejak saat itu Len bukan lagi merupakan kepanjangan dari Lembaga Elektroteknika Nasional (LEN) tetapi telah menjadi sebuah entitas bisnis profesional dengan nama PT Len Industri (Persero).

Banyak cara yang perlu dilakukan oleh manajemen untuk meningkatkan kinerja perusahaan demi tercapainya visi misi perusahaan, salah satu yang tak kalah penting adalah reputasi dan citra dari perusahaan menjadi salah satu daya tarik bagi para investor maupun *stakeholders*. Reputasi perusahaan (*corporate reputation*) perlu terus diupayakan, bagaimana mengelola reputasi perusahaan agar selalu tampak “menarik” dimata *stakeholdernya*. Reputasi

dari sebuah perusahaan tak terbatas terukur dengan kinerja, reputasi perusahaan terbentuk melalui kesan yang tersampaikan dalam berinteraksi baik di level top *management* hingga level bawah sekalipun (karyawan).

Ragam peranan yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* tentunya menuntut mereka untuk selalu berperilaku dan tampil sempurna. *Branding* perusahaan menjelma menjadi kesehariannya dari bagaimana mereka bertutur kata hingga gerak tubuh harus mencerminkan budaya dan *image* dari perusahaan dimana mereka bekerja. Kekhawatiran akan rusaknya *image* perusahaan dari tingkah laku para *Protocolaire Officer* menjadi momok tersendiri bagi mereka saat terjun dalam lingkungan masyarakat yang pada akhirnya seringkali terbawa dalam keseharian mereka.

Hakikatnya setiap manusia memiliki karakter dan kepribadian yang berbeda satu

sama lain, namun karena dari setiap individu khususnya seorang *Protocolaire Officer* paham terkait ‘misi’ yang sedang mereka jalankan dalam membentuk citra perusahaan, maka secara sukerala ataupun terpaksa, mau tidak mau mereka harus mengikuti “pakem-pakem” yang berlaku sebagai salah satu langkah strategis untuk mencapai tujuan dan pada akhirnya berimplikasi pada perilaku melalui sikap profesionalitas kerja demi menjaga kepercayaan dan kepuasan investor, *stakeholders*, hingga masyarakat kebanyakan.

Adanya tuntutan berperilaku karena profesi dan dalam lingkungan pekerjaan tentunya akan berbeda dengan perilaku dalam keseharian., perilaku yang ditampilkan saat mereka berada di lingkungan keluarga, teman karib dan lingkungan non formal (*back stage*) tentunya akan berbeda dengan perilaku yang mereka tampilkan saat berada di lingkungan pekerjaan, dihadapan pimpinan, relasi dan tamu perusahaan (*front*

stage). Kondisi inilah yang seringkali dikaitkan dengan konsep dramaturgi dan permainan peran yang dilakukan oleh manusia, terciptalah suasana - suasana dan kondisi interaksi yang kemudian memberikan makna tersendiri. Munculnya pemaknaan ini sangat tergantung pada latar belakang sosial masyarakat itu sendiri.

Tidak mudah untuk memainkan karakter yang jelas bukan kepribadian sendiri, tuntutan untuk tampil antara *front stage* dan *back stage* menjadi sebuah tantangan khususnya bagi seorang *Protocolaire Officer*. Banyak diantaranya beberapa kasus viral di dunia maya yang diakibatkan dari gagalnya seseorang dalam menjaga citra seperti yang tengah *booming* beberapa waktu lalu, saat seorang pegawai negeri sipil yang merupakan aparatur sipil negara yang seyogyanya dapat memberikan cerminan baik dalam tutur kata dan perilakunya di mata masyarakat justru tercoreng dengan perilaku yang dianggap

tidak pantas karena menghina profesi lain. Perbuatan tersebut dianggap tak hanya merugikan secara personal termasuk institusi pun dibuat malu dengan kejadian viral yang mencoreng citranya (*corporate image*).

Berkaca dari kejadian tersebut yang dianggap sebagai kejadian ekstrim atau kegagalan dalam menampilkan citra diri maka tak bisa dipungkiri pentingnya *impression management* di sebuah perusahaan atau instansi yang terkait dengan masyarakat. Hal tersebut lumrah mengingat ketidakstabilan emosi manusia yang dituntut harus memerankan dua peran yang bertolak

KERANGKA TEORI

Dramaturgi diartikan sebagai suatu model untuk mempelajari tingkah laku manusia, tentang bagaimana manusia itu menetapkan arti kepada hidup mereka dan lingkungan tempat mereka berada demi memelihara keutuhan diri. Istilah dramaturgi dipopulerkan oleh Erving Goffman, sosiolog

belakang antara *front stage* dan *back stage*. Permainan peran inilah yang akan diangkat dalam penelitian, bahwasanya seorang *Protocolaire Officer* bukanlah sosok yang sempurna seperti apa yang biasa mereka tampilkan saat berada di area *front stage*. Mengetahui bagaimana seseorang *Protocolaire Officer* melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) dan memainkan peran di *front stage* dan *back stage* sesuai dengan tuntutan pekerjaan di perusahaannya menjadi salah satu pengetahuan tambahan bagi orang awam atas penelitian yang dilakukan ini.

paling berpengaruh pada abad 20 silam. Dramaturgi kental dengan pengaruh drama atau teater atau pertunjukan fiksi diatas panggung dimana seorang aktor memainkan karakter manusia-manusia yang lain sehingga penonton dapat memperoleh gambaran kehidupan dari tokoh tersebut dan

mampu mengikuti alur cerita dari drama yang disajikan. Untuk memainkan ragam peranan sosial dari masing – masing individu biasanya seorang aktor akan menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta menggunakan atribut pendukung seperti kendaraan, pakaian, dan aksesoris lainnya yang mendukung dan sesuai dengan perannya dalam situasi tersebut. Tugas aktor hanya mempersiapkan dirinya dengan berbagai atribut pendukung dari peran yang dimainkan, sedangkan bagaimana makna tercipta, masyarakatlah (penonton) yang memberi interpretasi.

Komunikasi menurut Lasswell bahwa komunikasi adalah upaya yang disengaja serta mempunyai tujuan, berarti sebelumnya sudah terjalin hubungan yang akrab. Menurutnya komunikasi yang tidak memiliki tujuan berarti komunikasi yang tidak terstruktur atau tidak efektif sebab tanpa disadari komunikannya memberi pesan atau informasi tanpa ada umpan balik. Sedangkan

Suranto AW (2005:16) memberikan pengertian bahwa komunikasi merupakan suatu proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, cara berkomunikasi *Protocolaire Officer* Len menjadi fokus perhatian penulis.

Komunikasi yang selama ini terjadi memiliki bermacam-macam fungsi serta tujuan, tergantung dari organisasi yang melaksanakan, apakah mencakup semua fungsi serta tujuan atau hanya menekankan beberapa hal yang ada. Semua itu ditinjau dari kebutuhan masing-masing orang. Tetapi pada intinya komunikasi mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan juga tindakan.

Strategi dalam komunikasi menurut Yusuf Zainal dalam buku Manajemen Komunikasi (2015:155) adalah “cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada

hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai satu tujuan”. Dalam pelaksanaannya pengelolaan kesan ini merupakan bagian dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* Len.

Impression management atau pengelolaan kesan menurut Mulyana (2007: 102) merupakan suatu usaha yang dilakukan oleh seorang individu dalam menciptakan kesan atau persepsi tertentu atas dirinya dihadapan khalayaknya. *Impression*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan studi kualitatif dengan pendekatan Dramaturgi yang melihat kondisi dari suatu fenomena. Bogdan dan Tailor (Moleong,2004:3) mendefinisikan “metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau tulisan dari orang-orang dan perilaku yang

management didefinisikan sebagai teknik - teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan - kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu.

Untuk tahu apakah pengelolaan kesan (*Impression management*) yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* Len terbentuk dengan baik khususnya dalam menciptakan citra perusahaan yang mana hal tersebut adalah sesuatu yang penting bagi sebuah perusahaan, yang mana proses menciptakan kesan melibatkan proses pembentukan persepsi untuk memberi arti pada objek.

dapat diamati”. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara *holistic* (utuh). Jadi dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi kedalam *variable* atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari keutuhan.

Moleong (2010:132) mendeskripsikan subjek penelitian sebagai informan, yang artinya orang pada latar penelitian yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Berdasarkan pengertian tersebut penulis mendeskripsikan bahwa objek penelitian adalah individu yang merupakan *Protocolaire Officer* di lingkungan perusahaan PT Len Industri (Persero) dengan kriteria antara lain pengalaman dan masa bekerja (>5 tahun) serta beberapa relasi perusahaan, praktisi kehumasan, kerabat dekat dalam sebuah komunitas juga keluarga. Terdapat tigabelas responden yang melakukan wawancara mendalam dengan penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh tentang aktivitas *Impression management* yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* dalam pembentukan citra perusahaan

Teknik pengumpulan data penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara, observasi, dan pengumpulan dokumentasi. Dalam teknik analisis data, setelah data hasil wawancara yang bersifat purposif telah terkumpul, dilakukanlah teknik pemeriksaan keabsahan data dengan teknik triangulasi yaitu membandingkan data-data yang ada guna mencari hasil yang lebih signifikan.

Sesuai dengan judul penelitian yang di lakukan yaitu *Impression management* pada aktivitas *Protocolaire Officer* dalam pembentukan citra perusahaan di PT Len Industri (Persero), maka penelitian ini dilakukan di kantor PT Len Industri (Persero) yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta nomor 442 Bandung - Jawa Barat.

di PT. Len Industri (Persero), maka hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Gambaran pengelolaan kesan (*impression management*) *Protocolaire Officer* dalam membentuk citra PT Len Industri (Persero).

Pemahaman akan pengelolaan kesan yang baik dapat menampilkan citra diri positif dimata orang lain, yang berpengaruh dalam penerimaan diri di lingkungan atau pun terpilihnya seseorang dalam proses perekrutan pekerjaan atau pemilihan kandidat untuk sebuah jabatan dalam organisasi, menjadi sebuah dasar dalam seseorang bertingkah laku. Hal ini disadari penuh oleh *Protocolaire Officer* Len termasuk saat perusahaan melakukan proses rekrutment untuk posisi tersebut.

Proses pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* dilakukan secara menyeluruh, tak hanya terbentuk dalam cara mereka berkomunikasi verbal dan non verbal, termasuk dari cara berpakaian dan tampilan lain yang dianggap dapat

menyenangkan pihak lawan (*client*). Pemahaman yang baik akan bisnis perusahaan serta *skill* lain yang dimiliki diakui menjadi nilai tambah bagi mereka dalam *manage* kesan positif yang dapat ditimbulkan.

Pengelolaan kesan menjadi sebuah kebutuhan individu sebagai salah satu usaha untuk dapat diterima oleh orang lain, lingkungan dan atau komunitas. Dan hal tersebut berhasil dilakukan oleh *Protocolaire Officer* Len, terbukti dengan respon positif yang disampaikan oleh *client* perusahaan selama mereka berinteraksi satu sama lain.

2. Gambaran Panggung depan (*front stage*) *Protocolaire Officer* di PT Len Industri (Persero).

Dalam dramaturgi, setiap orang dapat bermanipulasi dengan cara menghayati peran, menampilkan penampilan dan kebiasaan sehingga dapat tercipta *feedback* yang sesuai dengan harapan. Layaknya drama, seorang aktor perlu memperhitungkan

sisi panggung depan (*front stage*) seperti setting aktivitas, kostum, alat – alat penunjang (*expressive equipment*), dialog, dan lain lain

Seorang *Protocolaire Officer* tentunya harus bekerja sesuai prosedur yang berlaku di perusahaan, hal ini pun merupakan bagian dari implementasi dalam membentuk dan menjaga citra perusahaan. *Protocolaire Officer* Len slalu tampil maksimal dalam menyiapkan sesuatu khususnya untuk tampilan panggung depan (*front stage*) tentunya hal tersebut berpengaruh dalam membentuk citra perusahaan. Hal itu terungkap dari wawancara mendalam yang dilakukan dengan *client* perusahaan dimana satu sama lain seringkali berinteraksi dalam ruang lingkup pekerjaan dan menyatakan bahwa *Protocolaire Officer* Len telah menampilkan gambaran seorang *Protocolaire Officer* yang sempurna, bekerja dengan mengikuti prosedur yang berlaku.

Protocolaire Officer Len memiliki pemahaman mumpuni atas setting aktivitas, bagaimana mereka harus menjemput bola dalam mencari informasi yang valid dari suatu kegiatan untuk selanjutnya disampaikan pada yang berkepentingan (atasan). Mereka dituntut menjadi “serba tahu” dan bahkan tergerak “mencari tahu” hal – hal yang terkait dengan pekerjaan meskipun itu sesuatu yang baru bagi mereka atau pun sesuatu hal yang tidak mereka sukai. Informasi yang tepat tentunya akan mendukung keberhasilan tugas para *Protocolaire Officer*. *Protocolaire Officer* Len telah berhasil melakukan pengelolaan kesan (*impression management*) di panggung depan (*front stage*) berdasarkan konsep dramaturgis yang diusung Goffman dimana ketika orang – orang berinteraksi, mereka cenderung ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain seolah mereka sedang memainkan perannya di atas sebuah panggung sandiwara yang ditonton

oleh sejumlah khalayak luas dimana mereka menampilkan sisi terbaik dari kepribadian mereka sehari – hari dan mengesampingkan bahkan menyembunyikan hal – hal buruk yang dapat merusak kesan baik mereka di mata umum.

3. Gambaran panggung belakang (*back stage*) *Protocolaire Officer* di PT Len Industri (Persero).

Dijelaskan oleh Goffman bahwa pada wilayah belakang atau panggung belakang (*back stage*) sebagai tempat dimana terdapat perbedaan yang cukup mendasar dengan panggung depan (*front stage*), panggung belakang (*back stage*) memiliki fungsi yang sangat bersebrangan dengan panggung depan (*front stage*). Dalam wilayah panggung belakang (*back stage*), masing - masing individu memiliki peran yang berbeda dari panggung depan (*front stage*) dengan alasan – alasan tertentu di mana individu tersebut menutupi atau tidak menunjukkan pesan dan

atau kesan yang sama dengan panggung depan (*front stage*).

Dari hasil penelitian diketahui bahwa panggung belakang (*back stage*) dari subjek penelitian yaitu *Protocolaire Officer* PT Len Industri (Persero) perihal kehidupan yang sebenarnya, tanpa direayasa atau dimanipulasi. Mereka adalah pribadi yang sama dengan kepribadian anak muda gen milenial umumnya yang sangat terbuka dan bebas, Seringkali menginginkan waktu yang menyenangkan diluar pekerjaan menjadi salah satu usulan yang dapat mencairkan suasana khususnya antara atasan dan bawahan. Menjalankan hobi dan atau bergabung dalam sebuah komunitas menjadi pilihan bagi para *Protocolaire Officer* Len melepas penat dari kegiatan rutinitas yang menyita waktu.

Jika dalam keseharian mereka bertugas dengan tampilan panggung depan (*front stage*) yang luwes dalam bersikap dan bertutur kata, rupanya tidak demikian sosok

mereka dalam keseharian setelah menanggalkan atribut nya sebagai seorang *Protocolaire Officer* BUMN ternama di Bandung. Tutur kata dan bahasa yang baku dan terstruktur bukanlah gambaran mereka di panggung belakang (*back stage*).

Gambaran dari panggung belakang (*back stage*) yang dijalani para personil *Protocolaire Officer* Len merupakan kehidupan yang sebenarnya, mereka berperan dengan sikap yang asli, apa adanya dan tidak di rekayasa (manipulatif). Mereka berperilaku sesuka hatinya sesuai dengan pembawaan diri mereka sendiri, tanpa ada rasa takut orang lain akan memperhatikannya, tanpa ada batasan dari aturan yang harus mereka patuhi seperti aturan dalam pekerjaan. Ruang gerak mereka sangat bebas dan real menjadi diri mereka seutuhnya.

4. Gambaran pengelolaan kesan (*impression management*) yang dilakukan oleh *Protocolaire Officer* PT

Len Industri dari tampilan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*).

Terdapat perbedaan mencolok atas tampilan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) seorang *Protocolaire Officer* PT Len Industri yang dikelola dengan baik sehingga pada akhirnya mereka mampu membentuk citra baik bagi perusahaannya. Gambaran yang merupakan analisa penulis untuk penelitian yang berjudul, “*IMPRESSION MANAGEMENT PADA AKTIVITAS PROTOCOLAIRE OFFICER DALAM PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN DI PT LEN INDUSTRI (PERSERO)*”, adalah sebagai berikut :

Sebagai upaya dalam mengelola dan menciptakan kesan (*impression management*) yang baik dari seorang *Protocolaire Officer* maka dipilih SDM yang cakap, sempurna secara fisik maupun cakap dalam sisi keilmuan. *Protocolaire Officer*

Len terpilih memiliki karakter yang positif sehingga dirasa tidak adanya kesulitan untuk menyesuaikan diri khususnya masalah karakter. Tak hanya itu, perusahaan pun turut mendukung dari sisi fasilitas untuk menunjang aktivitas yang akan dilakukan seperti penyelenggaraan diklat agar para *Protocolaire Officer* perusahaan dapat terus meng *up-grade* kemampuannya juga kebutuhan tampilan lainnya seperti seragam, *id card*, dan lain – lain.

Tampilan depan (*front stage*) yang ditampilkan oleh *Protocolaire Officer* Len dinilai sangat baik, solid dalam bekerjasama baik di internal maupun eksternal perusahaan sehingga nama Len dikenal dengan citra yang positif di mata khalayak umum.

Dalam melakukan aktivitas pekerjaannya, *Protocolaire Officer* Len dalam tampilan panggung depan (*front stage*) dikenal sebagai pribadi yang detail, terstruktur dan formal baik dalam cara berkomunikasi maupun berpenampilan. Hal

ini tampak berbeda dengan yang ditunjukkan dalam aktivitas panggung belakang (*back stage*), dimana diakui oleh beberapa responden bahwa mereka adalah pribadi yang santai dan *easy going*.

Berbeda dengan cara atau upaya dalam merawat diri, *Protocolaire Officer* Len cenderung tampil apa adanya, minim perawatan atau tidak adanya biaya extra yang dikeluarkan khusus untuk merawat diri. Bagi mereka sehat, bersih dan rapi cukup sebagai tampilan maksimal yang mereka tampilkan baik di panggung depan (*front stage*) maupun panggung belakang (*back stage*).

Protocolaire Officer Len dinilai sangat profesional, diakuinya hal ini ditunjang dengan *expressive equipment* salah satunya *smartphone*, dimana alat ini tak pernah lepas dari mereka seperti yang ditampilkan dalam panggung depan. Hal ini pun pada akhirnya terbawa dalam aktivitas mereka di panggung belakang (*back stage*).

Perbedaan akan tampilan panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) dari *Protocolaire Officer* terlihat dari tampilan ceria, tanpa beban yang seringkali mereka tunjukan di panggung depan (*front stage*) berbeda dengan tampilan panggung belakang dimana diakui oleh mereka bahwasanya ada beban seperti keluhan dari anak atau pun keterbatasan bersosialisasi di lingkungan rumah. Diakui oleh mereka, ada rasa keterikatan dan keterbatasan dalam berekspresi dimana mereka slalu tampil formal, baku dan berhati – hati dalam menunjukkan gestur tubuh atau pun mengolah kata saat berkomunikasi dengan pihak internal atau eksternal perusahaan saat berada di panggung depan (*front stage*) sedangkan pada hakikatnya tampilan mereka sesungguhnya di panggung

belakang (*back stage*) adalah pribadi dengan pembawaan yang bebas dan lepas.

Dari upaya – upaya yang telah dilakukan oleh *Protocolaire Officer* Len yang ditunjukan di panggung depan (*front stage*) dan di panggung belakang (*back stage*), beberapa terdapat kesamaan dalam tampilan yang ditunjukan dan juga terdapat beberapa perbedaan mencolok dari apa yang mereka tampilkan di panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*). Positifnya dengan *impression management* yang baik, perbedaan tampilan tersebut tidak berpengaruh dalam upaya membentuk citra perusahaan. *Protocolaire Officer* Len dinilai telah berhasil membentuk citra baik bagi perusahaannya, PT Len Industri (Persero) yang dikenal sebagai perusahaan yang profesional dan berdaya saing.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan fokus penelitian untuk mengetahui

bagaimana aktivitas pengelolaan kesan (*Impression management*) yang dilakukan

oleh *Protocolaire Officer* Len dalam memainkan perannya di panggung depan (*front stage*) dan panggung belakang (*back stage*) untuk membentuk citra perusahaan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Impression management Protocolaire Officer* PT Len Industri (Persero) memiliki standar khusus yang ditetapkan oleh perusahaan seperti latar belakang pendidikan, penampilan diri dan karakter dari personil tersebut. Persepsi atas kesempurnaan gambaran dari *Protocolaire* satu sama lain responden memiliki pandangan yang berbeda dalam upayanya untuk menciptakan kesan yang baik, namun mayoritas data yang didapatkan saat mewawancarai responden menunjukkan beberapa kesamaan bahwasanya apa yang mereka tampilkan dalam menciptakan kesan adalah gambaran mereka dalam keseharian normal hanya saja gerak mereka terbatas atas nama perusahaan. Meskipun mereka

memiliki latar belakang yang berbeda dan tanpa pengalaman dan ilmu yang mumpuni mengenai aktivitas keprotokolatan, namun upaya yang mereka lakukan telah seragam. Hal ini ersimpulkan d jelas dari bagaimana cara mereka untuk bertindak dalam meminimalisir kesalahan, menambah pengetahuan baik yang bersifat *soft skill* maupun *hard skill* hingga proses menjaga penampilan agar terlihat sempurna tanpa cela. *Protocolaire Officer* Len dinilai telah berhasil dalam membentuk citra baik perusahaan dan meningkatkan *branding* perusahaan sehingga dapat semakin dikenal oleh khalayak luas.

2. Panggung depan (*front stage*) *Protocolaire Officer* PT Len Industri (Persero) kompak menampilkan gambaran diri dengan kualitas dan atau servis yang maksimal. Kesadaran akan dampak yang dapat ditimbulkan dari kesalahan yang mereka perbuat baik

terkait pekerjaan atau pun sifat dan sikap menjadi dasar atas apa yang akan mereka lakukan untuk bekerja sebaik mungkin.

Keberhasilan *Protocolaire Officer* Len dalam menampilkan diri dengan versi terbaik mereka di panggung depan (*front stage*) ditunjang dengan ilmu yang mereka miliki yang diperoleh dari buku keilmuan, pelatihan atau pun otodidak di lapangan. *Protocolaire Officer* Len tergambarkan dengan baik di mata rekan kerja dan relasi luar perusahaan sebagai pribadi yang supel, komunikatif, mudah diajak bekerjasama, *helpfull*, dan bertanggung jawab.

SARAN

Saran dari penelitian ini adalah agar *Protocolaire Officer* PT Len Industri (Persero) dapat terus meningkatkan kemampuan *soft skill* dan *hard skill* yang dimiliki dengan mengikuti trend zaman serta selalu *up to date* dengan perkembangan

3. Tidak adanya pengelolaan kesan (*impression management*) yang mereka lakukan seperti ketika mereka memainkan peran di panggung depan (*front stage*) adalah gambaran dari panggung belakang (*back stage*) *Protocolaire Officer* PT Len Industri (Persero) yang mana mereka tampil dan tumbuh sebagaimana masyarakat pada umumnya di luar aktivitas profesionalnya. Kehidupan ketiga responden dalam kehidupan sehari – hari dikenal sebagai pribadi yang bebas, terbuka, apa adanya dalam menjadi diri mereka seutuhnya.

teknologi terkini, mengikuti komunitas dan memperluas pergaulan dengan rekan satu profesi menjadi peluang untuk saling bertukar wawasan satu sama lain, perlunya menyusun dan menyiapkan strategi lainnya (*plan b*) guna meminimalisir kesalahan yang

diperbuat dalam bertugas serta harapan agar para *Protocolaire Officer* Len dapat meluangkan waktu khusus atau melakukan

treatment khusus untuk meningkatkan penampilan diri.

DAFTAR PUSTAKA

Alwasilah, A Chaedar. 2003. Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan Penelitian Kualitatif. Jakarta: Dunia Pustaka Jaya.

Andria, Gisky. 2018. Pengelolaan Kesan Oleh Pengemis (Studi Deskriptif Dramaturgi Terhadap Pengemis Di Sekitar Jalan Permindo Kota Padang). Padang: Universitas Putra Indonesia YPTK.

AW, Suranto. 2005. Komunikasi Perkantoran; Prinsip Komunikasi untuk Meningkatkan Kinerja Perkantoran. Cetakan I. Depok, Yogyakarta: Media Wacana.

A.W, Widjaja. 1986. Komunikasi dan Hubungan Masyarakat. Jakarta: Bina Aksara.

Bungin, Burhan. 2003. Analisis Data Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Bungin, Burhan. 2008. Penelitian Kualitatif; Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Firmansyah, 2016. Dramaturgi Pemandu Lagu Karaoke di Kota Garut (Studi Kualitatif Dengan Pendekatan Dramaturgi Pemandu Lagu Karaoke di Kota Garut). Bandung: Universitas Pasundan

Fitri, Ainal. 2015. Dramaturgi: Pencitraan Prabowo Subianto di Media Sosial Twitter Menjelang Pemilihan Presiden 2014. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Goffman, Erving. 1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Jakarta: Erlangga.
- Harymawan, RMA. 1986, "Dramaturgi". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Ibrahim, dkk. 2011. *Kurikulum dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Liliweri, Alo. 1994. *Komunikasi Verbal dan Nonverbal*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Liliweri, Alo. 1997. *Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Littlejohn, Stephen W. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L.J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mutiya Dewisyahyada, Tami, dkk. 2018. *Dramaturgi Kehidupan Hakim di Pengadilan Negeri Bandung*. Bandung: Universitas Islam Bandung.
- Nurul Fatmala, Fhuzy, dkk. 2018. *Pengelolaan Kesan Polisi Perempuan Berhijab*. Garut: Universitas Garut.
- Rahmi, Dyah. 2014. *Keprotokolan*. Bandung.
- Rahmi, Dyah. 2009. *Protokol & Etika Pergaulan Bisnis*. Bandung

Rapika, Rika. 2018. Manajemen Komunikasi Manajer Artis Pop Sunda. Studi Dramaturgi Komunikasi Manajer Rika Rapika. Bandung. Universitas Pasundan.

Riswandi, 2009 : Ilmu komunikasi. Jakarta : Graha Ilmu

Ruslan, R. 2010. Manajemen Public Relation Dan Media Komunikasi. Jakarta: Rajagrafinfo Persada.

Setiawan, Ari. 2015. Manajemen Keprotokolan. Jakarta.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Afabeta.

Thanon, Aria. 2016. Protokol dalam Perspektif Keilmuan & Perkembangan Masa Kini. Jakarta.

Pusat Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. 2009. Peraturan Menteri Sekretaris Negara Nomor 13 Tahun 2009 Tentang Petunjuk Pelaksanaan Keprotokolan Presiden dan Wakil Presiden Kementerian Sekretariat Negara. Jakarta.

Pusat Pendidikan dan Pelatihan Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia. 2013. Modul I Pengantar Keprotokolan: Pendidikan dan Pelatihan Keprotokolan. Jakarta.