

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi pengelolaan yang dilakukan oleh grup musik Efek Rumah Kaca melalui akun @sebelahmata_erk di media sosial Instagram. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana grup musik Efek Rumah Kaca mengelola kesan melalui akun Instagram @sebelahmata_erk dan untuk menganalisis strategi pengelolaan kesan band Efek Rumah Kaca melalui akun Instagram @sebelahmata_erk berdasarkan pada teori manajemen impresi dari Jones dan Pittmann. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Efek Rumah Kaca melalui akun Instagram @sebelahmata_erk melakukan manajemen impresi yang disebutkan oleh Jones dan Pittman yaitu *Ingratiation* untuk menunjukkan bagaimana Efek Rumah Kaca memiliki kesan untuk disukai karena memiliki beberapa kelebihan. *Self Promotion* yang menunjukkan betapa piawai dan ahlinya ERK dalam bermusik dan menghasilkan karya. Taktik *exemplification* menunjukkan kepedulian terkait isu-isu kritis tertentu sehingga sesuai dengan bagaimana mereka saat tampil ataupun rekaman. *Intimidation* dimana ERK mampu untuk melakukan intimidasi dan mengancam pemerintah agar menyelesaikan beberapa permasalahan seperti misalnya kasus pelanggaran HAM berat di masa lalu. *Supplication*, ERK sama seperti seniman lain yang gagal tampil di panggung untuk melaksanakan konser saat pandemi terjadi dan meminta pengertian para penggemarnya.

Kata Kunci: Efek Rumah Kaca, Instagram, Manajemen Impresi

ABSTRACT

This study discusses the impression management carried out by the Efek Rumah Kaca music group through the @sebelahmata_erk account on Instagram social media. The purpose of this research is to find out how the Efek Rumah Kaca music group manages impressions through the Instagram account @sebelahmata_erk and to analyze the impression management strategy of the Efek Rumah Kaca band through the Instagram account @sebelahmata_erk based on Jones and Pittmann's impression management theory. The results of the study show that the Efek Rumah Kaca through the Instagram account @sebelahmata_erk carries out the impression management mentioned by Jones and Pittman namely Ingratiation to show how the Efek Rumah Kaca (ERK) has the impression of being liked because it has several advantages. Self Promotion which shows how skilled and expert ERK is in making music and producing works. The exemplification tactic shows concern for certain critical issues so that they are in accordance with how they are performed or recorded. Intimidation where ERK is able to intimidate and threaten the government to resolve several problems such as cases of gross human rights violations in the past. Supplication, ERK is like other artists who failed to appear on stage to hold concerts during a pandemic and asks for their fans' understanding.

Keywords: Efek Rumah Kaca, Instagram, Impression Management

