

Strategi *Impression Management* Pasangan Suami Istri Yang Berbeda Budaya Melalui YAHOO! Messenger

Vanessa Christasia Harijanto, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra
Surabaya

vchristasia@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjabarkan strategi pengelolaan kesan suami istri yang berbeda budaya dan hidup jarak jauh melalui Yahoo! Messenger. Tujuan pengelolaan kesan yang dilakukan pasangan ini adalah untuk menjaga hubungan mereka. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dengan jenis penelitian deksriptif kualitatif. Yang menjadi simpulan penelitian ini adalah, suami istri yang hidup jarak jauh dan hanya menggunakan Yahoo! Messenger dalam mengelola kesan mereka, lebih banyak menggunakan pesan verbal dalam mengelola kesan. Mereka selalu mengutarakan semua isi pikiran dan perasaan mereka secara verbal dan didapat tujuh tujuan dan strategi pengelolaan kesan, yaitu untuk dipercaya: strategi konsistensi *chatting*, merencanakan masa depan; untuk merasa intim: strategi *cybersex*, mengingat kebersamaan mereka, membuat kode dan saling terbuka; untuk dicintai: strategi mengatakan cinta, memuji, memanjakan, menunjukkan perhatiannya; agar cintanya dapat dipercaya: strategi meyakinkan, cemburu dan cemas; untuk dihormati: strategi mempengaruhi dan memahami; untuk menyembunyikan kesalahan: strategi pemantauan diri; dan untuk dapat berdamai dan memperbaiki keadaan: strategi meyakinkan dan menenangkan. Kesalahan penggunaan tata bahasa dan *typo error* tidak menjadi masalah dalam hubungan mereka. Penanda emosi dan *culture sensitive* merupakan faktor penting dalam upaya menunjukkan strategi pengelolaan kesan pasangan suami istri ini.

Kata Kunci: *Strategi Pengelolaan Kesan, Pengelolaan Kesan, Suami Istri, Beda Budaya, Yahoo! Messenger*

Pendahuluan

Pasangan yang bertemu melalui *dating site* telah menarik perhatian para peneliti. Dalam artikel yang ditulis oleh Niyoula (2013), diceritakan adanya sebuah studi yang dilakukan oleh John Cacioppo dari Departemen Psikologi, University of Chicago, Amerika Serikat dan situs eharmony.com. Dalam studi ini ditemukan bahwa lebih dari sepertiga pasangan menikah di Amerika Serikat memulai berkenalan dengan pasangan melalui media online. Penelitian ini melibatkan 19.131 pasangan menikah antara tahun 2005-2012, diungkapkan bahwa rata-rata orang bertemu jodohnya secara online pada kisaran usia 30-49 tahun dan berasal dari golongan yang berpendapatan lebih tinggi daripada pasangan yang bertemu secara *offline*.

Banyak para *blogger* yang menceritakan kisah pertemuan mereka dengan pasangan beda etnis mereka melalui *dating site*, yang kemudian berlanjut ke tahap hubungan yang lebih serius, bahkan hingga menikah. Banyaknya kisah sukses dalam mencari pasangan melalui *dating site* juga dirasakan oleh, Mario (62 tahun), berstatus duda dan Lina (50 tahun), berstatus janda. Pertemuan pertama mereka adalah melalui www.asiandating.com. Lina merespon ketertarikan dan pesan Mario secara positif, yang kemudian membawa mereka bertukar *account* Yahoo! Messenger (YM). Dalam sehari, mereka memiliki jadwal *chatting*, yaitu, sekitar lima kali dalam sehari. Dalam minggu pertama, Mario selalu menjalin komunikasi dengan Lina melalui YM dan akhirnya timbul rasa percaya diantara mereka. Hal ini berlanjut hingga setelah kurang lebih 10 bulan, pertemuan mereka dalam dunia maya ini akhirnya berlanjut ke arah yang lebih serius, yaitu pernikahan. Mereka akhirnya memutuskan untuk menikah tanggal 25 September 2013 di Indonesia.

Pasangan Mario dan Lina ini berasal dari budaya yang berbeda dan menggunakan bahasa sehari-hari untuk bercakap-cakap berbeda pula. Dalam kesehariannya, Mario yang berwarganegara Inggris menganut budaya konteks tinggi dan tinggal di Thetford, United Kingdom menggunakan bahasa Inggris. Sedangkan Lina yang berwarganegara Indonesia menganut budaya konteks rendah dan tinggal di Surabaya, Indonesia menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa lokal. Lebih dari itu, terdapat perbedaan ras, latar belakang budaya antara pasangan suami istri ini. Hal ini membuat pasangan suami istri ini juga berkomunikasi antarbudaya setiap harinya. Perbedaan budaya ini membuat penelitian ini semakin menarik untuk diteliti.

Karena urusan pekerjaan dan proses pengurusan kewarganegaraan, untuk sementara pasangan ini harus terpisah dengan jarak yang cukup jauh dan membawa hubungan mereka menjadi *Long Distance Relationship* (hubungan jarak jauh). Mereka mengaku bahwa dalam menjalin komunikasi, pasangan ini menggunakan media internet. Penggunaan media internet sebagai salah satu media untuk berkomunikasi ini disebut *Computer Mediated Communication* (CMC). Dalam jurnalnya, Bubas (2001), menerangkan bahwa *Computer Mediated Communication (CMC)* melibatkan pertukaran informasi dalam tekstual, audio, dan/atau format video yang ditransmisikan dan dikendalikan dengan menggunakan komputer dan teknologi telekomunikasi. Penggunaan internet oleh pasangan ini adalah melalui *Instant Messaging* (IM). *Instant messaging* yang Mario dan Lina gunakan adalah Yahoo! Messenger. Yahoo! Messenger adalah salah satu alternatif utama dalam melakukan komunikasi dengan orang lain di dunia maya, yang lebih kita kenal dengan istilah *chatting* (Vanezza, 2010:7).

Menurut Suparlan (1996, dalam Wisnubroto), penyesuaian diri merupakan sebuah proses interaksi pasangan suami istri yang akan berlangsung terus menerus. Menurut Rose (1996, dalam Wisnubroto, p.22) pasangan suami istri yang bisa menyesuaikan diri di tahun-tahun awal perkawinannya akan cenderung merasakan kebahagiaan perkawinan. Untuk menjaga hubungan mereka agar tetap harmonis,

mereka akhirnya secara sadar maupun tidak telah mengelola presentasi diri antara satu sama lain.

Saat seseorang mengirimkan tanda-tanda ketertarikan satu dengan yang lain, manusia memiliki kecenderungan untuk membentuk *impression management*. *Impression management* (pengelolaan kesan) atau bisa juga disebut *self presentation* (presentasi diri) ini merupakan pembentukan citra positif seseorang untuk mempengaruhi persepsi orang lain mengenai dirinya (Seiler & Beall, 2011:73).

Dalam membentuk presentasi diri, pasangan ini membutuhkan komunikasi interpersonal. Bittner (1985:10) dikutip oleh Wiryanto komunikasi interpersonal (antarpribadi) berlangsung apabila pengirim menyampaikan informasi berupa kata-kata kepada penerima, dengan menggunakan medium suara manusia (p.32).

Dalam penelitian ini, peneliti mengembangkan dari penelitian-penelitian terdahulu. Seperti yang telah diteliti oleh Guadagno dan Cialdini (2007), dalam penelitian mereka, mereka membahas mengenai perbedaan gender *impression management* di dalam sebuah organisasi. Dari studi literatur mereka dihasilkan kesimpulan bahwa laki-laki dan wanita cenderung memiliki intensitas frekuensi yang berbeda dalam menggunakan taktik *impression management*. Sedangkan, Rosenberg dan Egbert (2011), juga telah yang membahas mengenai *Online Impression Management*. Pada penelitian yang dilakukan Rosenberg dan Egbert ini berfokus pada taktik presentasi diri melalui *social network*, Facebook. Studi ini memberikan bukti bahwa pengelolaan kesan merupakan bagian integral dari komunikasi yang terjadi di Facebook dan pengguna Facebook harus lebih sadar akan konsep diri mereka sendiri, sebaik orang lain mengenai konsep diri mereka, yang merupakan salah satu taktik presentasi diri. Namun, dalam penelitian kali ini, berbeda dengan penelitian *impression management* sebelumnya. Pada penelitian ini, peneliti ingin melihat pengelolaan presentasi diri pasangan suami istri yang baru saja menikah melalui *Instant Messaging*, Yahoo! Messenger.

Peneliti ingin melihat bagaimana bentuk kesan yang telah dibentuk dan disampaikan sebagai seorang suami dan seorang istri, bagaimana kesan ini disampaikan melalui Yahoo! Messenger, bagaimana penerimaan kesan ini, apakah sesuai dengan Mario dan Lina telah bentuk. Penulis menggunakan metode studi kasus, dengan pendekatan kualitatif. Yin, 2000, dikutip oleh Kriyantono, memberikan batasan mengenai metode studi kasus sebagai riset yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan jelas dan di mana multisumber bukti dimanfaatkan (p.18). Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Apa saja dan bagaimana strategi pengelolaan kesan pada suami istri yang berbeda budaya melalui Yahoo! Messenger?"

Tinjauan Pustaka

Komunikasi Interpersonal

Menurut Deddy Mulyana, komunikasi interpersonal atau yang sering disebut juga dengan komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2005:73). Bittner (1985:10), dikutip oleh Wiryanto (2004), komunikasi interpersonal (antarpribadi) berlangsung apabila pengirim menyampaikan informasi berupa kata-kata kepada penerima, dengan menggunakan medium suara manusia. Sedangkan Barnlund mendefinisikan komunikasi antarpribadi sebagai pertemuan antara dua, tiga orang atau mungkin empat orang, yang terjadi sangat spontan dan tidak berstruktur (p.32-33).

Komunikasi Interpersonal Bermedia (*Computer Mediated Communication*)

Dalam jurnalnya, Bubas, (2001), menerangkan bahwa *Computer Mediated Communication (CMC)* melibatkan pertukaran informasi dalam tekstual, audio, dan/atau format video yang ditransmisikan dan dikendalikan dengan menggunakan komputer dan teknologi telekomunikasi. Salah satu cara adalah dengan *Instant Messaging (IM)*. Hardikar (2007) menerangkan *Instant Messaging (IM)* biasanya menggunakan Internet. Umumnya IM memungkinkan interaksi tekstual antara dua orang atau lebih (p.14). Watkins dan Corry, 2011, menjabarkan bahwa *Instant Messaging* adalah jenis komunikasi *real-time* yang memungkinkan seseorang untuk melakukan obrolan pribadi dengan satu atau lebih pengguna lain. (p.110). Yahoo! Messenger yang merupakan salah satu IM tidak hanya digunakan untuk *chatting* tetapi masih banyak lagi fasilitas lain yang terdapat di dalamnya, seperti mengirim gambar/foto, mengirim *file*, berkomunikasi dengan suara, video, dan tak lupa juga karena lebih efektif dan efisien dalam penggunaannya (Vanezza, 2010:7).

Impression Management

Saat seseorang mengirimkan tanda-tanda ketertarikan satu dengan yang lain, manusia memiliki kecenderungan untuk membentuk *impression management*. *Impression management* (pengelolaan kesan) atau bisa juga disebut *self presentation* (presentasi diri) ini merupakan pembentukan citra positif seseorang untuk mempengaruhi persepsi orang lain mengenai dirinya (Seiler & Beall, 2011:73). Terdapat tujuh tujuan komunikasi dan strategi *impression management* berdasarkan DeVito (2013:74-78), yaitu: *to be liked: immediacy, affinity-seeking, and politeness strategies*; *to be believed: credibility strategies*; *to excuse failure: self-handicapping strategies*; *to Secure help: self-deprecating strategies*; *to hide faults: self-monitoring strategies*; *to be followed: influencing strategies*; *to confirm self-image: image-confirming strategies*.

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Metode yang dipakai di dalam penelitian ini adalah metode studi kasus deskriptif. Studi kasus tepat digunakan untuk penelitian yang berkenaan dengan *how* atau *why* (Yin, 2000:18). Penekanan studi kasus adalah pada kedalaman dan kerincian, wawancara mendalam, penggambaran secara rinci dan pengungkapan kasus dengan sungguh-sungguh melalui penerapan teori dalam cara yang berbeda. Pengumpulan data dalam studi kasus dapat diambil dari berbagai sumber informasi, karena studi kasus melibatkan pengumpulan data yang 'kaya' untuk membangun gambaran yang mendalam dari suatu kasus.

Subjek Penelitian

Sasaran penelitian ini adalah apa saja strategi *impression management* pasangan suami istri yang berbeda budaya dan bagaimana strategi itu digunakan. Subjek dari penelitian ini adalah pasangan suami istri yang berbeda budaya dan baru saja menikah selama lima bulan serta menjalani hubungan jarak jauh. Sedangkan yang menjadi objek penelitian adalah strategi *impression management*. Unit analisis dalam penelitian ini ialah suami dan istri yang baru menikah.

Analisis Data

Peneliti menggunakan teknis analisis data dari Miles dan Huberman (1992) yang menjelaskan kegiatan analisis yang terdiri tiga alur yaitu: reduksi data dimana peneliti membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, membuat gugus-gugus, membuat partisi, menulis memo; penyajian data dimana sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan; penarikan kesimpulan, dimana tahap ini peneliti mulai mencari arti benda-benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab akibat dan proposisi.

Temuan dan Analisis Data

Berdasarkan temuan data peneliti mendapatkan tujuh tujuan pengelolaan kesan beserta strateginya yang Mario dan Lina gunakan dalam percakapan mereka di dunia maya yang menggunakan Yahoo! Messenger sebagai medianya.

***To be believed* (untuk dipercaya): Strategi konsistensi *chatting*, strategi merencanakan masa depan**

Mulai mereka bertukar *account* Yahoo! Messenger pertama kali hingga saat ini mereka terus konsistensi dalam ber-*chatting*. Sehingga membuat Lina merasa bahwa Mario serius terhadap hubungan mereka. Wood, (2007:217), rasa aman dalam hubungan secara psikologis dapat dicapai saat kepercayaan dibangun. Untuk dapat dipercaya Mario dan Lina menggunakan strategi konsistensi *chatting*.

Rasa *insecure* (tidak aman) dapat mereka rasakan jika salah satu mereka tidak konsistensi ber-*chatting* sesuai jadwal *chatting* mereka. Hal ini dapat dikelompokkan dalam strategi ini, namun, bagi pasangan jarak jauh yang hanya menggunakan mengandalkan YM untuk membina hubungan, penting untuk menjaga hubungan merasa aman.

Untuk dapat merasa aman, Mario dan Lina juga membicarakan mengenai masa depan mereka. Membicarakan masa depan dapat berupa topik apa saja mengenai masa depan, bisa saja mereka merencanakan rencana-rencana baru mereka di masa depan, atau harapan mereka, cita-cita mereka dan juga membahas rencana yang telah mereka buat dan membahasnya lagi. Dengan membicarakan masa depan maka Mario dan Lina akan merasa memiliki tujuan yang sama atas hubungannya saat ini. Tidak hanya itu, merasa dalam satu tujuan dan ada di rencana masa depan seseorang akan membuat Mario maupun Lina semakin merasa aman akan hubungannya. Percakapan mengenai masa depan yang mereka bicarakan seperti kapan Mario akan datang kembali untuk menemui Lina, rencana berbulan madu, rencana untuk tinggal bersama, menghabiskan masa tua bersama, rencana memiliki anak, dan banyak lagi.

***To be intimate* (Untuk merasa intim): *cybersex*, mengingat kebersamaan mereka, kode-kode, keterbukaan**

Melihat kecenderungan topik percakapan Mario dan Lina, mereka tampak ingin selalu merasa intim antara satu sama lain. Salah satunya yang tampak dari *chat history* mereka adalah dengan membicarakan masalah seks (*cybersex*). Untuk dapat selalu merasa intim antara satu sama lain, Mario dan Lina sering kali berbicara mengenai apa yang mereka lakukan saat mereka bertemu tatap muka, mengingat masa saat Mario datang ke Indonesia. Mereka juga membuat kode-kode yang mereka komunikasikan secara verbal melalui *chatting*. Kode adalah saat mereka membuat suatu tanda dan arti yang hanya mereka berdua yang tahu artinya. Sedangkan akibat dari konsistensi berkomunikasi melalui *chatting* setiap harinya membuat Lina dan Mario dapat membicarakan segala hal. Dengan membicarakan segala hal maka secara tidak langsung membuat mereka merasa intim, dibutuhkan keterbukaan untuk saling berbagi cerita satu sama lain. Seperti yang dikatakan Tong dan Walther (dalam Rabby, 2007, p.20), yang menjelaskan penemuan Rabby bahwa di antara dunia virtual, keterbukaan adalah strategi yang paling sering dilakukan untuk mempertahankan suatu hubungan melalui keterbukaan diri dan berbagi informasi dengan pasangan mereka (hal. 331-332). Keterbukaan antara satu sama lain mereka tunjukkan dengan cara berbicara mengenai hal-hal yang terjadi sehari-hari. Melalui percakapan, mereka membagikan kisah sehari-hari mereka, apa yang mereka lakukan atau alami. Saling bertukar cerita mengenai apa yang mereka kerjakan, kebiasaan dan juga kegemaran satu sama lain.

Penggunaan bahasa di setiap budaya dapat memiliki arti yang berbeda. Hal ini terbukti dari wawancara dengan Lina, di mana ia mengungkapkan bahwa penting bagi Mario untuk merasa sama-sama memiliki apa yang Lina miliki, dan Lina merasa apa yang Mario miliki juga merupakan milik Lina setelah mereka

memutuskan untuk menikah. Hal ini tampak lebih nyata dipraktikkan saat peneliti membaca *chat history* Lina dan Mario, di mana di setiap kali Mario menyebutkan nama anaknya atau nama anak Lina dengan kata-kata '*our*', yang berarti 'milik kita'. Tidak hanya anak-anak mereka, tetapi juga rumah, depot dan bengkel. Setelah mereka menikah, semua kepunyaan Mario menjadi milik Lina juga, begitu juga dengan semua kepunyaan Lina milik Mario juga.

To be loved (Untuk dicintai): Mengatakan cinta, memuji, memanjakan, menunjukkan perhatiannya

Sebagai sepasang suami istri, Mario dan Lina juga saling mencintai. Saat seseorang mencintai orang lain, seseorang akan memiliki kecenderungan untuk mengungkapkannya dan berharap orang tersebut membalas cintanya. Sama halnya dengan pasangan ini, untuk menunjukkan bahwa mereka saling mencintai, baik Mario dan Lina melakukan beberapa cara dalam menunjukkan cinta mereka, seperti diantara lain, mengucapkan "*I love you*", saling memuji, saling memanjakan satu sama lain, menunjukkan kesetiaan satu sama lain dan juga saling memberi perhatian satu sama lain.

So that his love can be trusted (Agar cintanya dapat dipercaya): Strategi meyakinkan, cemburu dan cemas

Setelah Mario dan Lina membentuk kesan agar mereka dapat dicintai, maka mereka juga mengelola kesan agar cinta yang telah mereka tunjukkan dapat dipercaya. Strategi yang Mario dan Lina gunakan berbeda. Mario menggunakan strategi meyakinkan lina, sedangkan Lina mengelola kesan ini dengan cara menunjukkan kecemburuan dan kecemasannya.

To be respected (Untuk dihormati): Strategi mempengaruhi dan memahami

Untuk dapat dihormati oleh istrinya, Mario lebih menunjukkan perhatiannya dengan tujuan agar ia dapat menjadi kepala keluarga yang dapat memimpin rumah tangganya. Untuk dihormati, Mario menggunakan strategi mempengaruhi dengan menggunakan dua cara, yaitu menunjukkan bahwa ia adalah seorang yang loyal kepada keluarga, dengan cara memberikan anak-anak dan istrinya apa yang mereka mau. Cara kedua yaitu dengan menjadi seorang suami yang bertanggung jawab yaitu dengan bertanggung jawab secara keuangan Lina yang hidup di Indonesia dan juga memperhatikan kebutuhan anak tirinya.

Sebagai seorang istri, ia ingin agar dirinya dapat dihormati oleh suaminya. Oleh sebab itu ia menggunakan strategi memahami, di mana strategi ini merupakan cara Lina menunjukkan bahwa ia memahami suaminya, walaupun terkadang apa yang ia rasakan berbeda dengan yang ia sampaikan.

***To hide fault* (Untuk menyembunyikan kesalahan): Strategi pemantauan diri (Devito, 2013)**

Tujuan pengelolaan kesan berikutnya, tidak terlalu sering Mario gunakan karena tampak dari *chat history* bahwa mereka tidak terlalu sering terjadi. Tujuan pengelolaan kesan untuk menyembunyikan kesalahan selalu digunakan Mario, dengan strategi yang digunakan adalah pemantauan diri. Kesan yang Mario dan Lina timbulkan melalui *chatting*, tidak selalu baik. Di beberapa waktu, sama seperti pasangan suami istri pada umumnya mereka beragumentasi, menunjukkan kekecewaannya, amarah dan pikiran negatif kepada pasangannya. Berdasarkan percakapan Lina dan Mario di *chat history*, Mario telah berencana untuk datang lagi ke Indonesia setelah terakhir kali ia datang pada bulan Desember 2013. Namun, ia gagal memenuhi rencananya sebanyak tiga kali. Setelah membaca pesan Lina yang berisi kekawatiran dan kesedihannya, membuat Mario yang kecewa terhadap dirinya sendiri tidak dapat mengunjungi istrinya. Dalam pesannya, agar dirinya tidak disalahkan atau menyembunyikan kesalahannya oleh Lina bahwa ia tidak jadi ke Indonesia, ia membalas pesan istrinya dengan menunjukkan kekecewaannya serta amarahnya, sehingga menimbulkan kesan negatif. Mario yang mengaku bahwa ia tidak memiliki jaringan internet di telepon genggamnya, dan ia mengatakan bahwa ia sangat marah dengan salah satu maskapai penerbangan yang ia pilih, dan menjadi lebih marah setelah membaca pesan yang dikirimkan Lina.

Untuk dapat berdamai dan memperbaiki keadaan: Strategi meyakinkan dan menenangkan

Lina yang mengetahui hal ini menjadi lebih terpuruk dan sedih, namun ia bersyukur bahwa suaminya memberinya kabar setelah menghilang beberapa jam. Setelah Lina meluapkan kekawatirannya, baik Mario dan Lina berusaha untuk memperbaiki keadaan hubungan mereka. Untuk dapat berdamai dan memperbaiki keadaan, Mario dan Lina menggunakan cara untuk saling menenangkan dan meyakinkan satu sama lain. Untuk dapat berdamai adalah tujuan pengelolaan kesan yang mereka lakukan. Hal ini biasanya diikuti dengan permintaan maaf dari salah satu pihak atau bersyukur.

Interpretasi**Implementasi tujuan dan strategi pengelolaan kesan Devito dalam tujuan dan strategi pengelolaan kesan peneliti**

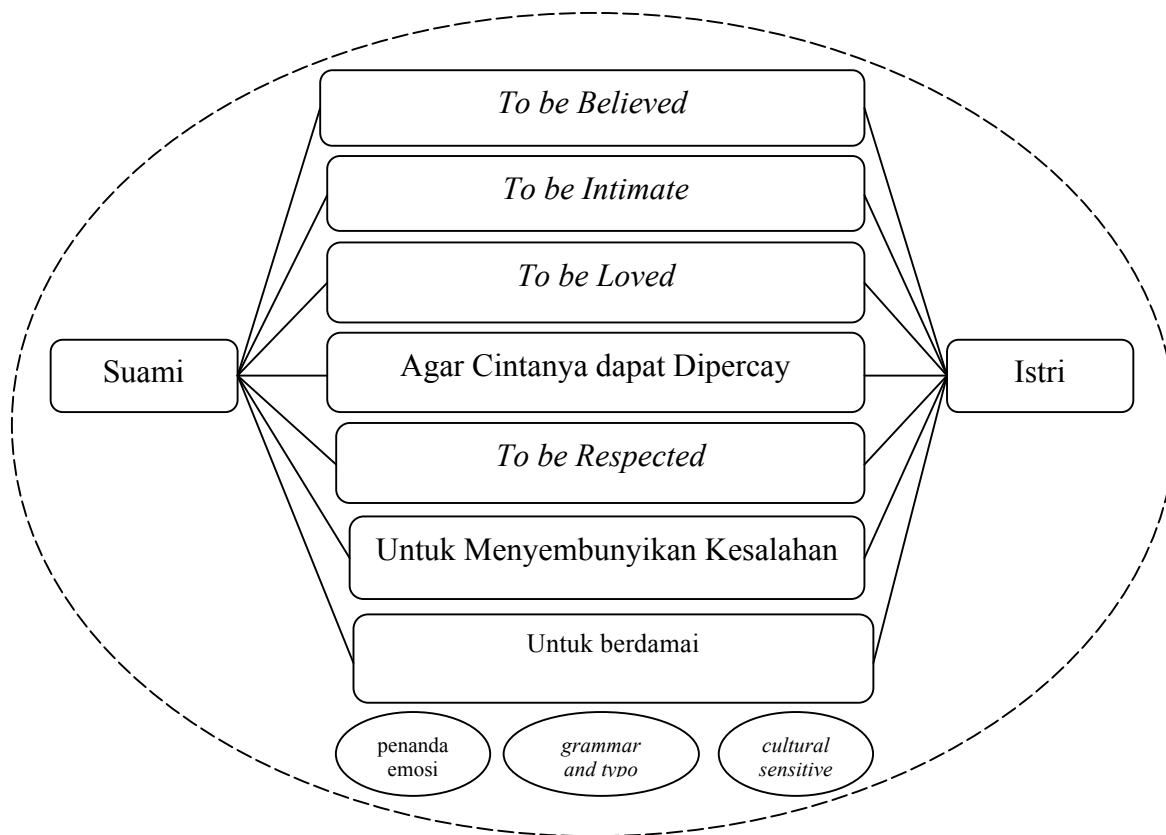
Ketujuh tujuan dan strategi pengelolaan kesan yang peneliti temukan tidak semuanya sesuai dengan tujuh tujuan dan strategi pengelolaan kesan yang telah disusun oleh Devito (2013). Tujuan pertama Devito (2013) yaitu untuk disukai dengan strategi kedekatan, persamaan, dan strategi kesopanan. Strategi kedekatan ini dapat dikategorikan dengan salah satu tujuan dan strategi yang peneliti temukan, yaitu *to be intimate* (untuk merasa intim) dengan strategi *Cybersex*, mengingat kebersamaan mereka, pembuatan kode-kode, keterbukaan. Tujuan dan strategi pengelolaan kesan kedua yang disusun oleh Devito (2013), yaitu *To be*

belived: Credibility strategies (Untuk Dipercaya: Strategi Kredibilitas), tujuan dan strategi ini peneliti adopsi sebagai tujuan pengelolaan kesan yang peneliti susun yaitu *To be Believed* (Untuk Dipercaya). *To Excuse Failure: Self-Handicapping strategies* (Untuk Alasan Kegagalan: Strategi Menghalangi Diri) merupakan tujuan dan strategi ketiga dari Devito (2013), berdasarkan analisis yang telah peneliti buat, strategi pengelolaan kesan ini tidak sesuai dengan pengelolaan kesan yang digunakan Mario dan Lina melalui Yahoo! Messenger. Dapat disimpulkan bahwa, jika dibandingkan kedua tujuan strategi pengelolaan kesan Devito (2013), yaitu *to hide fault* dan *to excuse failure*, memiliki kemiripan dalam tujuan, hanya saja berbeda strategi. Menurut peneliti, strategi Mario untuk menunjukkan amarahnya lebih kepada strategi pemantauan diri, sehingga lebih cocok digolongkan ke dalam tujuan strategi pengelolaan kesan *to hide fault*. *To Hide Faults: self-monitoring strategies* (Untuk Menyembunyikan Kesalahan: strategi pemantauan diri). Hal ini merupakan poin ke-enam dari analisis tujuan dan pengelolaan kesan yang peneliti susun, *To Hide Fault* (Untuk Menyembunyikan Kesalahan): Strategi Pemantauan Diri (Devito, 2013).

Tujuan dan strategi pengelolaan kesan Devito yang ke-empat yaitu, *To Secure Help: Self-Deprecating Strategies* (Untuk Mendapatkan Bantuan: Strategi Mencela Diri Sendiri). Tujuan dan strategi ini dapat dikategorikan dalam tujuan dan strategi ke-5 yang peneliti susun, yaitu tujuan *To be Respected* (Untuk Dihormati), dengan strategi memahami, yang lebih sering digunakan Lina. Tujuan Lina untuk dihargai suaminya sebenarnya merupakan salah satu cara agar Lina tidak kehilangan suaminya. Jika melihat lagi poin ini, merupakan salah satu strategi yang dijabarkan Devito (2013), pengelolaan kesan Lina memiliki kemiripan dengan tujuan *to Secure Help: Self-Deprecating Strategies* (Untuk Mendapatkan Bantuan: Strategi Mencela Diri Sendiri). Tujuan dan strategi dari Devito (2013) berikutnya adalah, *To be Followed: influencing strategies* (Untuk diikuti: Strategi mempengaruhi). Strategi pengelolaan kesan ini peneliti gunakan sebagai acuan dalam pembuatan tujuan pengelolaan kesan *To be Respected* (Untuk Dihormati), dengan strategi mempengaruhi yang sering dikelola Mario. Tujuan dan strategi terakhir dari Devito (2013), yaitu *To Confirm Self-image: image-confirming strategies* (Untuk Mengkonfirmasi Citra Diri: Strategi konfirmasi citra). Strategi ini dapat digunakan untuk semua jenis strategi dan tujuan pengelolaan kesan yang Mario dan Lina kelola. Namun jika hanya dikategorikan sebagai *image-confirming*, maka pembahasan akan kurang mendalam dan mendetail.

Faktor pembentukan tujuan dan strategi pengelolaan kesan

Dalam pembentukan tujuan dan strategi pengelolaan kesan yang peneliti analisis, terdapat beberapa poin yang mempengaruhi pembentuk tujuan dan strategi pengelolaan kesan Mario dan Lina melalui Yahoo! Messenger, yaitu: *grammar* dan *Typo-error* tidak mempengaruhi percakapan mereka, penggunaan penanda emosi untuk mewakili perasaan / emosi, dan *culture sensitive*.



Gambar 1: Alur Strategi *Impression Management* Pasangan Suami Istri Berbeda Budaya Melalui Yahoo! Messenger

Simpulan

Dari penelitian yang telah peneliti lakukan, maka didapat kesimpulan bahwa strategi *impression management* pasangan suami istri yang baru menikah dan berbeda budaya yang hidup jarak jauh menggunakan Yahoo! Messenger lebih banyak terbentuk melalui pesan verbal yang mereka lakukan saat mereka *chatting*. Walaupun mereka hidup jarak jauh namun dengan media YM, mereka tetap bisa membuat satu sama lain merasa aman dalam hubungan mereka dengan cara konsisten dalam berkiriman pesan. Melalui pengelolaan kesan yang mereka lakukan melalui YM, mereka dapat menjaga hubungan suami istri.

Didapatkan rumusan beberapa tujuan pengelolaan kesan, yaitu, yang pertama untuk dipercaya, Mario dan Lina saling berkomunikasi setiap harinya secara konsisten, mereka juga saling merencanakan masa depan mereka. Untuk merasa intim, mereka menggunakan strategi *cybersex*, saling mengingatkan kebersamaan mereka, membuat kode-kode dan saling terbuka. Tujuan ketiga adalah untuk dicintai, dengan saling mengatakan cinta, memuji, memanjakan, menunjukkan perhatiannya. Kemudian, agar cintanya dapat dipercaya, Mario menggunakan strategi meyakinkan, sedangkan Lina menunjukkan kecemburuannya dan rasa

cemasnya. Tujuan berikutnya adalah, untuk dihormati, dengan menggunakan strategi mempengaruhi dan memahami. Untuk menyembunyikan kesalahan, dengan strategi pemantauan diri. Yang terakhir adalah untuk dapat berdamai dan memperbaiki keadaan, Mario dan Lina menggunakan strategi saling meyakinkan dan menenangkan.

Daftar Referensi

- Bubas, Goran.(2001, September). Computer Mediated Communication Theories and Phenomena: Factors that influence Collaboration over the Internet, *The 3rd CARNET Users Conference*, Zagreb, September 24-26.
- Devito, Joseph A. (2013). *The Interpersonal Communication Book*. Jakarta: Pearson Education.
- Guadagno, Rosanna E., & Cialdini, Robert.(2007). Gender Differences in Impression Management in Organizations: A Qualitative Review, *Sex Roles* vol. 56 issue 7-8 April 2007. p. 483 - 494.
- Hardikar & Nikhil. (2007). *A case Study of the Use of Instant Messaging Technology in the Workplace*. Nebraska.
- Miles, Matthew B., Huberman, A. Michael. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mulyana, Deddy, & Rakhmat, Jalaluddin. (2005). *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Niyoula. (2013, Desember). Ketemu Jodoh Lewat Internet. *Mommies Daily*. (Retrieved Februari 27, 2014, from <http://mommiesdaily.com/2013/12/04/ketemu-jodoh-lewat-internet/>).
- Rosenberg, Jenny & Egbert, Nichole. (2011). Online Impression Management: Personality Traits and Concerns for Secondary Goals as Predictors of Self-Presentation Tactics on Facebook, *Journal of Computer-Mediated Communication* 17 (2011) 1–18.
- Seiler, William J., & Beall, Melissa L. (2011). *Communication: Making Connections 8th ed.* United States: Pearson Education.
- Tong, S.T., & Walther, J.B. - . *Relational Maintenance and CMC*. Michigan State University.
- Vanezza, Tyaz.(2010). *Nge-date Online via Yahoo! Messenger*. Mediakom: Yogyakarta.
- Watkins, Ryan & Corry, Michael. (2011). *E-Learning Companion: A student's guide to online success, third ed.* Boston: Wadsworth.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Wisnubroto. -. *Kebahagiaan Pernikahan, Ditinjau dari Penyesuaian Diri Suami Istri*.
- Wood, Julia T. (2007). *Interpersonal Communication: Everyday Encounters*. China: Thomson.
- Yin, K, Robert. (2000). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.