

MANAJEMEN KESAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MENGEKSISTENSIKAN PANCASILA

Dio Herman Saputro dan Anisa Diniati

Fakultas Industri Kreatif, Program Studi Ilmu Komunikasi, Kalbis Institute
dio.saputro@kalbis.ac.id, anisa.diniati@kalbis.ac.id

Abstract

Celebration Day of Pancasila organized by the government as an ideology of the Indonesia state, Enlivened by Millennial generation by uploading their personal photos on social media instagram with hashtag #SayaIndonesiaSayaPancasila. The purpose of this study is to assess the impression management of social media instagram users to exist Pancasila. The research method used is the method of virtual ethnography by analyzing the personal photos of instagram users through framing analysis technique from William Gamson. The results showed that the impression management built by social media instagram users to exist Pancasila, is done by displaying physical perfection, self-image, profession, and national identity of Pancasila.

Keywords: instagram, impression management, social media, pancasila

Abstrak

Pekan pancasila yang diselenggarakan oleh pemerintah sebagai ideologi negara Indonesia, dimeriahkan oleh generasi millennial dengan cara mengunggah foto-foto pribadi mereka di media sosial instagram dengan *hashtag* #SayaIndonesiaSayaPancasila. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji manajemen kesan pengguna media sosial instagram dalam mengeksistensikan pancasila. Metode penelitian yang digunakan adalah metode etnografi virtual dengan menganalisis foto-foto pribadi para pengguna instagram melalui teknik analisis *framing* William Gamson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen kesan yang dibangun oleh pengguna media sosial instagram dalam mengeksistensikan pancasila dilakukan dengan menampilkan kesempurnaan fisik, citra diri, profesi, dan jati diri nasionalisme pancasila.

Kata kunci: instagram, manajemen kesan, media sosial, pancasila

Kemunculan media sosial saat ini telah menjadi sebuah ruang diskusi publik sebagai bentuk realisasi yang sebelumnya telah dicetuskan oleh pakar komunikasi Mc Luhan di tahun 1959. Mc Luhan dikenal sebagai bapak ekologi media massa dengan konsep pemikiran *global village*. *Global village* sendiri dapat dimaknai sebagai sebuah kondisi dimana seseorang individu mengetahui informasi pribadi individu lainnya dengan bantuan teknologi yang semakin maju. *Global village* terealisasi melalui perkembangan teknologi yang membuat masyarakat berada pada era digital (Griffin, 2015: 320-323). Media

sosial sendiri pada awalnya lahir sejak ditemukan Web 2.0 yang kemudian mengikuti kemajuan platform komunikasi internet seperti google, facebook, twitter, linkedin, my space, dan friendster serta beriringan dengan perangkat produk komunikasi berbasis digital yang langsung terjaring dengan jaringan internet seperti Iphone, Samsung, Vivo, dan sejenisnya. Akibatnya distribusi informasi menjadi semakin cepat dan secara signifikan mempengaruhi interaksi antar manusia sehingga pola komunikasi antar manusia menjadi terdesentralisasi dan lebih demokratis jika dibandingkan dengan zaman dimana teknologi komunikasi belum canggih sep-

erti saat ini (Severin & Tankard, 2007:4445).

Berdasarkan data dari Majalah SWA10/XXVII/ Mei2011 tentang Perbandingan Penjualan Handphone di Seluruh Dunia Berdasarkan Merek Tahun 2008-2012 terdapat *market share* sejumlah produk ponsel berbasis digital seperti Iphone sebesar 7,5%, samsung sebesar 22%, dan produk lainnya sejumlah 33,6% . Tidak menutup kemungkinan angka tersebut akan terus melaju cepat sesuai dengan permintaan konsumen, perkembangan teknologi feature ponsel, dan kebutuhan konsumen. Riset dari APJII pada tahun 2016 menemukan bahwa ternyata 50,7% dari total pengguna internet menggunakan handphone maka hal itu yang juga mendorong *market share* di Indonesia semakin besar dan industri produk ponsel semakin berprospek. Tingginya angka kepemilikan ponsel menjadi suatu hal yang wajar dan wajib bagi generasi muda khususnya generasi millennial mempunyai gadget yang canggih dan aktif di berbagai sosial media platform (dalam Heru Dwi Wahana, 2015 dikutip dari Zuhail, 2000 & Naisbitt, 2002).

Biasanya generasi millennial menggunakan sosial media untuk mencari informasi, sekedar sarana hiburan, belajar, dan alat untuk memperluas jaringan pertemanan (Heru Dwi Wahana, 2015:15). Ada beberapa produk *trend social media platform* yang biasanya digunakan oleh remaja generasi millennial di Indonesia misalnya facebook, twitter, Periscope, dan Snpachat. Sesuai dengan hasil penelitian yang pernah dilakukan oleh Heru Dwi Wahana pada tahun 2015, ternyata kepemilikan produk *trend social media platform* dan *gadget* sebagai alat pencarian informasi melalui jaringan internet telah menjadi bagian dari gaya hidup generasi muda di Indonesia khususnya generasi millennial . Generasi ini memang lebih bersikap terbuka terhadap perkembangan informasi jika dibandingkan dengan generasi lainnya. Mereka lebih tertarik membaca sebuah informasi dalam bentuk gambar infografis dan berkomunikasi dengan teknologi yang instan.

Data terbaru yang dirilis oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2016 menyebutkan bahwa jumlah penerasi pengguna internet di Indonesia sebesar 132,7 juta, orang 65% bermukim di pulau jawa, dan jika dilihat dari kat-

egori rentang usia dari 10-24 tahun penerasi pengguna internet mencapai 75,5% disusul oleh rentang usia 24-35 tahun sebesar 75,8%. Jenis konten internet yang paling banyak diakses oleh pengguna internet di Indonesia adalah sosial media yang ditunjukkan dengan persentase 97,4%, disusul dengan hiburan (96,8%), berita atau akses informasi 96,4%, dan pendidikan 93,8%.

Tingginya pengguna internet yang diakses dari handphone pada kalangan generasi muda millennial membuat pemerintah berinisiasif untuk menggelar pekan Pancasila dalam memperingati kelahiran pancasila di tanggal 1 Juni. Pekan pancasila dimulai sejak 29 Mei-4 Juni 2017, dengan tema “Saya Indonesia, Saya Pancasila”. Tujuan dari pekan pancasila ini adalah untuk memperkuat dan memperkenalkan kembali ajaran atau nilai-nilai dasar pancasila, dan yang paling penting adalah menarik minat generasi muda terhadap pancasila. Dengan adanya pekan pancasila ini diharapkan agar generasi muda dan seluruh elemen masyarakat Indonesia mampu menerapkan nilai-nilai pancasila dalam kehidupan berbangsa dan bernegara. Pekan pancasila dikampanyekan dengan memanfaatkan berbagai media sosial, di antaranya ialah Instagram yang paling banyak digunakan. Kampanye pecan pancasilan tersebut diikuti hastag #PekanPancasila; SayaPancasila; #PancasilaReborn; #KenalPancasila; #PancasilaPunyaKita; #PancasilaSatu; #Pancasila2017.

Foto-foto berhashtag “Saya Indonesia Saya Pancasila” yang dilakukan oleh para pengguna media sosial instagram, mayoritas berasal dari generasi millennial. Pengguna instagram yang mengunggah foto-foto tersebut tidak hanya presiden, selebriti, dan tokoh masyarakat, namun juga pengguna media sosial instagram yang bukan termasuk golongan diatas. Viralnya foto tersebut menjadi bahan pemberitaan di sejumlah media massa besar seperti Tribun, Kompas, dan lain-lain. Media sosial instagram menjadi panggung eksistensi yang dipilih oleh para pengguna instagram. Jumlah pengguna aktif instagram menurut hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada bulan Oktober tahun 2016 sebesar sebesar 19,9 juta (15%).

Instagram adalah *social media platform* aplikasi

pengunggahan foto dengan sesama anggota akun pengguna instagram. Aplikasi media sosial instagram dapat diakses di Iphone, Ipad, dan *gadget* dengan sistem Andorid yang dapat di *download*-langsung di Apple Store dan Google Play. Sebuah Lembaga marketing riset Taylor Nelson Sofrens (TNS) Indonesia menyebutkan bahwa pengguna media sosial instagram di Indonesia kebanyakan adalah anak-anak muda generasi millennial yang aktif sebagai pengguna *smart phone* dengan rentan usia 18-24 tahun dengan tingkat ekonomi menengah keatas, dan jenjang pendidikan yaitu lulusan perguruan tinggi (<https://dailysocial.id/post/riset-tns-generasi-terpelajar-dominasi-pengguna-instagram-di-indonesia> diakses tanggal 08 Juni 2017). Media sosial Instagram menduduki peringkat ke-3 sebagai media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia. Pengguna instagram di Indonesia meningkat dua kali lipat dibandingkan dengan snapchat dan ada di peringkat ke-4 (Data survei *Connected Life* di wilayah Asia Pasifik). (<http://www.beritasatu.com/digital-life/389500-pengguna-instagram-di-indonesia-teraktif-ke4-di-asiapasifik.html> diakses tanggal 08 Juni 2017).

Maraknya aksi kampanye digital pekan pancasila di media sosial instagram merupakan langkah insiatif pemerintah untuk menjauhkan generasi muda dari ideologi-ideologi yang tidak sesuai dengan pancasila dan melawan isu-isu radikalisme yang jauh dari ajaran pancasila. Jika dilihat dari dampak negatif media sosial menurut Peneliti dari Pusat Kajian Ilmu Politik di LIPI Hamdan Basyar, media sosial menjadi corong platform gerakan radikalisme yang menyebabkan luntarnya nilai-nilai pancasila pada kalangan generasi millennial. Selain itu faktor lainnya yaitu media massa seperti koran, TV, Majalah, Internet, dan lain-lain menjadi media doktrinasi aliran garis keras atau radikalisme serta terorisme. (<http://lipi.go.id/berita/single/Penyebaran-Radikal-dan-Terrorisme-Media-Sosial-Tak-Boleh-Dianggap-Remeh/15085> diakses pada tanggal 8 Juni 2017).

Sebuah survey yang dilakukan oleh Lembaga Kajian Islam dan Perdamaian (LaKIP) dalam artikel berita BBC, (http://www.bbc.com/indonesia/berita_indonesia/2016/02/160218_indonesia_radikalisme_anak_muda diakses tanggal; 8 Juni 2017) sejak bulan

oktober 2010 hingga januari 2011 ternyata hampir 50% pelajar setuju dengan tindakan radikal yang bertentangan dengan nilai-nilai pancasila. Luntarnya semangat generasi muda untuk terus menanamkan ideologi pancasila tidak dapat dipungkiri lagi sebagai akibat dari gerakan radikalisme berbasis ISIS atau syariat Islam dan faktor globalisasi. Seperti misalnya kurangnya rasa cinta terhadap Indonesia dan Pancasila, gaya hidup hedonisme, kesenjangan sosial, serta sikap dan perilaku yang acuh terhadap ideologi nasionalisme pancasila.

Fenomena pekan pancasila yang diwarnai dengan pengunggahan di media sosial instagramialah sebagai media untuk memperkuat konsep pancasila, memperkenalkan pancasila kembali sebagai ideologi bangsa dan pedoman berperilaku, serta bentuk perlawanan terhadap gerakan radikalisme. Media sosial instagram secara tersirat menjadi media yang efektif dalam mengedukasi dan mempersuasi generasi millennial lainnya untuk tertarik dan berminat kepada pancasila sebagai ideologi nasionalisme bangsa Indonesia. Foto-foto tersebut merupakan media integrasi nasional dalam memegang teguh pancasila sebagai alat pemerasatu bangsa dalam melawan gerakan-gerakan yang tidak sesuai dengan nilai-nilai pancasila.

Foto-foto yang diunggah oleh para pengguna media instagram dengan *frame* serupa bertuliskan "Saya Indonesia Saya Pancasila" lengkap dengan *hashtag* yang sama, menjadi ketertarikan sendiri bagi peneliti untuk mengkaji manajemen kesan pengguna instagram dalam mengeksistensikan pancasila pada pengguna istagram lainnya. Sebagai bahan kajian yang bermanfaat secara teoritis dan praktis dalam mengembangkan kajian perilaku komunikasi individu di media sosial, tentunya tulisan ilmiah ini diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Adapun rumusan masalah sekaligus yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah bagaimana manajemen kesan pengguna media instagram dalam mengeksistensikan pancasila.

Kajian Literatur

Teori Manajemen Kesan (*Impression Management Theory*)

Salah satu bentuk yang sering digunakan oleh individu dalam memperoleh pengaruh

adalah dengan *Impression management*. *Impression management* atau sering disebut manajemen kesan (Kreitner & Kinichi: 2005) didefinisikan sebagai suatu proses dengan mana seseorang berusaha untuk mengendalikan atau memanipulasi reaksi orang lain terhadap citra diri orang tersebut maupun ide-idenya. *Impression management* dapat dilakukan dengan mengubah cara berpakaian, mematuhi norma dan peraturan di tempat dia berada, mengambil nama atas pekerjaan orang lain, cara berbicara, cara berjalan dan lain-lain. Semua hal itu dilakukan dengan harapan agar seseorang mendapat pengaruh dari orang yang ditujunya.

Manusia adalah aktor yang berusaha untuk menggabungkan karakteristik personal dan tujuan kepada orang lain melalui “pertunjukan dramanya sendiri”. Dalam mencapai tujuannya tersebut, para pengguna media sosial instagram dalam hal ini akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya tersebut. Selayaknya pertunjukan drama, seorang aktor drama kehidupan juga harus mempersiapkan kelengkapan pertunjukan. Kelengkapan ini antara lain memperhitungkan *setting* seperti lokasi foto yang ia *posting*, kostum atau pakaian yang digunakan para pengguna akun instagram saat *memposting* fotonya dengan *framing* “Saya Indonesia Saya Pancasila”, penggunaan kata dalam status instagramnya ataupun dialog yang terjadi pada kolom komentar, serta tindakan non verbal lainnya seperti pemilihan *icon emotion*. Hal ini tentunya bertujuan untuk meninggalkan kesan yang baik pada lawan interaksi dan memuluskan jalan agar mencapai tujuan. Goffman mengungkapkan bahwa tindakan di atas disebut dengan istilah “*impression management*”.

Menurut Goffman (1959:29) pengelolaan kesan atau *impression management* dibutuhkan ketika kesulitan persepsi timbul karena persona stimuli berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap (Jalaludin 2007:96). Orang lain menilai berdasarkan petunjuk-petunjuk yang pribadi berikan, dan dari penilaian itu mereka memperlakukan pribadi itu sendiri. Bila mereka menilai pribadi berstatus rendah, pribadi tidak mendapatkan pelayanan istimewa. Bila pribadi dianggap bodoh, mereka akan mengatur pribadi. Untuk itu, pribadi secara

sengaja menampilkan diri atau (*self-presentation*) seperti yang ia hendaki. Goffman (1959:145) juga menambahkan dua aspek yang menjadi landasan atau dalam mengelola kesan, yaitu:

Praktek Perlindungan

Ketergantungan individu pada khalayak membuat ia harus selalu bersifat bijaksana. Bijaksana yang dimaksud disini adalah ketika individu tersebut berbicara, ia haruslah berbicara secara analitis agar khalayak tidak salah sangka dalam makna yang disampaikan.

Kebijaksanaan didalam Kebijaksanaan

Ini adalah rahasia umum yang mungkin tidak terlalu menjadi pemikiran utama, tetapi hal ini sangat berpengaruh pada saat mengelola kesan, karena ketika komunikator melakukan kesalahan dalam berbicara, maka komunikator lainnya tentunya dapat memahami pemaknaan yang berbeda dengan maksud sebenarnya yang ingin disampaikan.

Teori Dramaturgi Erving Goffman

Teori Dramaturgi merupakan sebuah teori yang menjelaskan bahwa di dalam kegiatan interaksi satu sama lain sama halnya dengan pertunjukkan sebuah drama. Dalam hal ini, manusia merupakan aktor yang menampilkan segala sesuatu untuk mencapai tujuan tertentu melalui drama yang dilakukannya. Identitas seorang aktor dalam berinteraksi dapat berubah, tergantung dengansiapa sang aktor berinteraksi (Wido, 2010:167).

Menurut Goffman orang berinteraksi adalah ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain, yang disebut sebagai penegoalan pesan. Asumsi dari teori dramaturgi adalah bahwa Goffman tidak berupaya menitikberatkan pada struktur sosial, melainkan pada interaksi tatap muka atau kehadiran bersama (*co-presence*). Menurutnya interaksi tatap muka itu dibatasinya sebagai individu yang saling mempengaruhi tindakan-tindakan mereka satu sama lain ketika masing-masing berhadapan secara fisik (Supardan, 2011:158). Begitu pula dengan interaksi yang dilakukan oleh satu pengguna dengan pengguna lain di media sosial instagram.

Instagram merupakan panggung sandiwara

(*front stage*) yang dijadikan individu sebagai media untuk menampilkan dirinya karena adapengguna instagramlain yang melihat atau menonton. Karena ada yang melihat atau menonton maka individu berusaha memperlihatkan kebaikan dari dirinya. Sedangkan ketika seorang individu sedang ada di dunia nyata (*back stage*) maka yang terlihat adalah bisa sebaliknya.

Kaum dramaturgis memandang manusia sebagai aktor-aktor di atas panggung metaforis yang sedang memainkan peran-peran mereka. Dalam perspektif dramaturgi, kehidupan ini ibarat teater, interaksi sosial yang mirip dengan pertunjukan di atas panggung, yang menampilkan peran-peran yang dimainkan para aktor. Untuk memainkan peran tersebut, biasanya sang aktor menggunakan bahasa verbal dan menampilkan perilaku nonverbal tertentu serta mengenakan atribut-atribut tertentu, misalnya kendaraan, pakaian, dan asesoris lainnya yang sesuai dengan perannya dalam situasi tertentu. Aktor harus memusatkan pikiran agar dia tidak keseleo-lidah, menjaga kendali diri, melakukan gerak-gerik, menjaga nada suara dan mengekspresikan wajah yang sesuai dengan situasi.

Menurut Goffman kehidupan sosial itu dapat dibagi menjadi “panggung depan” (*front stage*) dan “panggung belakang” (*back stage*). Panggung depan merujuk kepada peristiwa sosial yang menunjukkan bahwa individu bergaya atau menampilkan peran formalnya. Mereka sedang memainkan perannya di atas panggung sandiwara di hadapan khalayak penonton. Sebaliknya panggung belakang ibarat atau kamar rias tempat pemain sandiwara bersantai, mempersiapkan diri, atau berlatih untuk memainkan perannya di panggung depan.

Pancasila

Pancasila merupakan filosofi bangsa Indonesia dalam kehidupan bernegara. Pancasila terdiri dari 5 sila yang terdiri dari; 1) ketuhanan yang maha esa, 2) kemanusiaan yang adil dan beradab, 3) persatuan Indonesia, 4) kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam perwusyawaratan perwakilan, dan 5) keadilan sosial bagi seluruh rakyat Indonesia. Setiap butir dalam pancasila di-

jadikan motivasi bagi generasi muda untuk terus menjadikan Indonesia sebagai negara yang beradab dan bermartabat. Konsep nasionalisme pancasila sebagai bentuk dan aksi nyata bahwa Indonesia adalah Negara yang menentang segala bentuk diskriminasi, penjajahan, penindasan, dan pertentangan terhadap gerakan radikalisme yang mengatasnamakan agama (Miftahuddin dalam artikel ilmiah yang berjudul “Nasionalisme Indonesia: Nasionalisme Pancasila”).

Media Sosial Instagram

Media sosial adalah produk hasil dari perkembangan teknologi berbasis web yang berfungsi sebagai alat untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berbagi informasi yang kemudian membentuk sebuah jaringan online. Media sosial dalam buku *Communication in Our Lives*, yang ditulis oleh Julia T Woods dikatakan bahwa *Blogs open new possibilities for interacting and building community* (2009:316). Adapun yang dimaksud oleh Julia adalah Media sosial membangun banyak kemungkinan mengenai interaksi didalamnya dan juga kemampuan untuk membuat sebuah komunitas yang baru. Media sosial dapat tampil dalam banyak bentuk, seperti Youtube (tempat berbagi video dan jaringan sosial), Facebook (jejaring sosial), Twitter (jejaring Sosial), hingga Instagram (tempat berbagi foto dan video dan jaringan sosial) yang saat ini sangat banyak digunakan oleh masyarakat umum.

Instagram

Instagram menjadi media sosial dengan peningkatan jumlah pengguna aktif terbesar dalam 4 tahun terakhir. Jumlah pengguna aktif Instagram melonjak 23 persen dari 130 juta pengguna pada Juni 2013 menjadi 150 juta per bulan pada kuartal keempat tahun lalu. Pengertian Instagram menurut Atmoko dalam bukunya *Instagram Handbook* adalah seperti berikut:

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri (2012:4).

Dari analisa penulis, media sosial instagram memiliki peran penting dalam mengeksistensikan

pancasila di kalangan generasi millennial. Eksistensi tersebut dapat terlihat pada hari peringatan pancasila 1 Juni 2017 lalu, di mana masyarakat khususnya generasi millennial mengunggah foto *selfienya* dengan *framing* foto bertuliskan “Saya Indonesia Saya Pancasila” melalui akun media sosial instagram mereka masing-masing. *Boomingnya* unggahan-unggahan tersebut menunjukkan bahwa media sosial instagram ialah alat integrasi bagi generasi millennial untuk mengingat sejarah dan menghidupkan pancasila dalam benak mereka serta menjadi pedoman falsafah kehidupan generasi millennial di masa depan. Media sosial juga sebagai saluran media komunikasi untuk berkespresi bagi generasi muda dalam melawan gerakan radikalisme yang bertentangan dengan pancasila. Selain itu, media sosial dalam hal ini dapat membuat generasi muda menyadari bahwa nasionalisme pancasila merupakan salah satu bagian terpenting sebagai warga NKRI.

Metodologi

Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis memandang ilmu komunikasi sebagai analisis sistematis terhadap *social meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan dalam menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka (Nurhidayat, 2004). Melalui paradigma ini, penulis berupaya untuk menganalisa kesan yang dibangun oleh pengguna instagram dalam mengeksistensikan pancasila.

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan etnografi virtual sebagai studi penelitiannya. Christime Hine (2000, 2015) seperti yang dikutip oleh Nasrullah (2017:5) dalam buku yang berjudul “Etnografi Visual”, mendefinisikan etnografi virtual sebagai metode yang digunakan untuk menyelidiki internet dan mengeksplorasi terhadap *user* di internet saat sedang berkomunikasi dengan internet. Etnografi virtual merefleksikan implikasi-implikasi dari komunikasi termediasi di internet. Penelitian ini akan mencoba membongkar eksistensi nasionalisme pancasila dari foto yang diunggah oleh pemilik akun media sosial instagram pribadi mereka.

Peneliti mengumpulkan data dengan observasi partisipatif dan *literature review*.

Adapun teknik analisis yang digunakan yaitu teknik analisis *framing*. *Framing* memfokuskan diri pada seleksi isu yang dimasukkan ke atau dikeluarkan dari wacana. Wacana dalam *framing* berlangsung dari proses pemilihan fakta mana yang mau diangkat atau disembunyikan. Wacana dalam *framing* terdiri dari sejumlah komponen yang substansinya terdiri dari fakta. William Gamson dan Andre Modigliani (dalam Sobur, 2015:177 mengutip dari Gamson dan Modigliani, 1989:3; Sihaan et al. 2001:87) mendefinisikan *frame* sebagai organisasi gagasan sentral atau alur cerita yang mengarahkan makna peristiwa yang berhubungan dengan suatu isu. *Frame* juga disebut sebagai *package* unit besar wahana publik. Analisis *framing* menurut pendapat kedua ilmuwan ini memandang wacana sebagai satu gugusan perspektif interpretasi saat mengkontruksi dan memberi makna pada suatu isu. Formula *Framing* Gamson dan Modigliani terdiri dari dua kerangka besar yaitu *framing devices* dan *reasoning devices*. *Framing Devices* terdiri atas *metaphors*, *exemplars*, *catch-phrases*, *depictions*, dan *visual images*. Sementara itu *reasoning device* terdiri dari *roots* dan *appeal to principle*.

Sesuai dengan pemikiran *framing* menurut Gamson dan Modigliani, *frame* (bingkai) pada unggahan foto-foto *influencer* di akun pribadi media sosial instagram mereka adalah sebagai berikut:

Penampilan Fisik

Penampilan fisik menjadi hal yang utama sebelum mengunggah foto. Kategori dari penampilan fisik yaitu gaya busana, *make up*, dan gaya foto. Tidak mungkin *influencer* yang sudah terkenal di social media instagram tidak memperhatikan penampilan. Penampilan fisik dikonstruksi sesuai dengan keinginan influencer agar memperoleh likes yang banyak dan menjadi viral di dunia maya.

Nasionalisme

Foto pribadi yang dipadupandakan dengan gambar saya Indonesia saya pancasila sebagai bukti mereka sangat nasionalisme. Asumsi ini akan dibedah dengan *framing* Gamson untuk memperoleh makna nasionalisme yang dikonstruksi oleh

para pelaku social dalam paper ini yaitu influencer social media instagram.

Citra diri

Foto pribadi di social media instagram mereka sebagai representasi citra diri mereka. Citra diri apa yang mereka konstruksi dan mereka ingin di-persepsi oleh orang-orang pengguna internet yang melihat foto mereka di instagram sebagai sosok orang yang seperti apa.

Profesi

Dari hasil observasi penulis di media sosial instagram mereka banyak mengekspos profesi mereka dan secara tersirat profesi mereka sebagai bukti nasionalisme pancasila dan rasa cinta terhadap NKRI. Keempat *frame* tersebut saling berkaitan

satu sama lain dan peneliti mencoba membongkar isi kepala influence dalam mengeksitensikan nasionalisme pancasila melalui foto. *Framing* akan mengarahkan penelitian ini pada beberapa proporsi seperti misalnya pada aspek penggahan foto mengapa harus foto yang itu yang diunggah, pesan yang ingin disampaikan oleh *influencer* pada foto tersebut, pengelolaan manajemen kesan dengan mengeksistensikan nasionalisme pancasila, dan sisi citra diri, nasionalisme, penampilan fisik, dan profesi yang ditampilkan dalam foto-foto mereka sehingga kajian ini akan menawarkan kebaruan mengenai kepribadian *influncer* di media sosial instagram sebagai etalase doktrinisasi nasionalisme pancasila.

Tabel 1. Analisis Framing William A. Gamson dan Andre Modigliani

Frame <i>Central organizing idea for making sense of relevant events, suggesting what is at issue</i>	
<i>Framing devices</i> (Perangkat framing)	<i>Reasoning Devices</i> (Perangkat penalaran)
<i>Methapors</i> (Perumpaan atau pengadaian)	<i>Roots</i> (Analisis kausal atau sebab akibat)
<i>Catchphrases</i> Frame yang menarik kontras, menonjol, dalam suatu wacana. Ini umumnya berupa jargon atau slogan	<i>Appeals to principle</i> Premis dasar, klaim-klaim moral
<i>Exemplar</i> Mengkaitkan bingkai dengan contoh uraian (bisa teori, perbandingan) yang menjelas bingkai	<i>Consequences</i> Efek atau konsekuensi yang didapat dari bingkai
<i>Deception</i> Penggambaran atau pelukisan suatu issue yang bersifat konotatif. Deception ini umumnya berupa kosakata, leksikon untuk melabeli sesuatu	
<i>Visual images</i> Gambar, grafik, citra yang mengandung bingkai secara keseluruhan. Bisa berupa foto, kartun, ataupun grafik untuk menekankan dan mendukung pesan yang ingin disampaikan	

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisa dua status foto instagram dari akun *influencer* @indonesiapancasila. Dari foto-foto yang *direpost* oleh akun tersebut, penulis memilih tokoh *influencer* yang pertama adalah Maria Pratiwi, dengan pertimbangan jumlah *likes* oleh para *followers*nya,

profesi sebagai pemain harpa, dan cara ia mengek-sistensikan pancasila pada fotonya. Bertepatan dengan hari kelahiran pancasila, ia mengunggah sebuah foto dirinya mengenakan pakaian batik dengan perpaduan foto Saya Indonesia Saya Pancasila. Berikut analisa *framing*nya:

Tabel 2. Identitas Akun Instagram @maria_pratiwi

Nama Akun Instagram	@maria_pratiwi
Followers	11,300
Following	1,103
Profesi	Professional Harpist dan Guru Harpa
Jumlah Foto Saya Indonesia Saya Pancasila yang disukai	1,939
Status Akun Instgram @maria_pratiwi	Saya terlahir di Negara Indonesia dengan semua keragaman budayanya. Saya tidak pernah memilih untuk berada di Negara mana, namun yang saya tahu tumbuh, besar, berkembang, dan tetap berkarya di negeri ini. Berbeda-beda namun tetap satu juga, itu menjadi semboyan negara kita, pancasila. Saya bangga menjadi bagian dari pancasila. Teruskan perjuangan kita sebagai pemuda Indonesia yang berani menegakkan kebenaran dan melawan profokasi.



Tabel 3. Analisis Framing @maria_pratiwi

Pemilik akun @maria_pratiwi		Framing				
Core frame		Penampilan Fisik	Nasionalisme	Citra diri	Profesi	Komentar Foto
F R A M I N G D E V I C E S	M E T A P H O S	Bentuk penampilan fisik yang ditampilkan dalam foto tersebut adalah model <i>twiggy</i> yang dianggap sempurna. Bentuk tubuh yang langsing menjadi daya tarik followers. Kulit putih, hidung mancung, mata sipit, dan rambut hitam menjadi simbol standar kecantikan wanita Indonesia yang keturunan darah thiong hoa.	Jiwa nasionalisme ditonjolkan dengan kode-kode no- verbal seperti baju yang ia kenakan yaitu gaun dengan motif keren yang membuat orang terpesona melihat dirinya. Sebagai bukti rasa cinta dengan Indonesia dan bangga memakai produk Indonesia. Wajah yang tersenyum dan terbuka menimbulkan kesan indentitas karakteristik wanita Indonesia yang ramah. Tentu hal itu ia lakukan untuk menarik perhatian para followersnya. Gaya pose foto menunjukkan bahwa adanya rasa kebanggaan dan rasa percaya diri yang tinggi tersendiri sebagai wanita Indonesia. <i>Make up</i> yang tidak terlalu tebal mengesankan dia wanita Indonesia yang cantik alami. Pancaran <i>inner beauty</i> terlihat dari gaya pakaiannya, ekspresi foto, dan riasan <i>make up</i> yang ia gunakan.	Citra diri yang dibangun dari foto tersebut yaitu; 1) Cinta terhadap tanah air. 2) Nasionalisme digambarkan dengan rasa bangga terhadap produk dalam negeri yang membuat ia mampu memancarkan <i>inner beauty</i> dari dirinya, 3) kesan pribadi yang natural seperti wanita Indonesia kebanyakan; 4) Adanya rasa kebanggaan tersendiri menjadi perempuan Indonesia yang berkontribusi memajukan Indonesia melalui karya-karya musiknya. 5) Secara tersirat ia ingin mengajak wanita Indonesia untuk tetap menanamkan jiwa pancasila dan melawan radikalisme yang mengancam eksistensi pancasila pada generasi muda. 6) Kesan yang ia tonjolkan adalah citra diri wanita Indonesia yang cerdas, berfikir terbuka, berorientasi pada kemajuan negara, dan tetap berkarya sesuai dengan bidang keahlian masing-masing agar eksistensi wanita Indonesia diakui dan diapresiasi oleh banyak orang. Wanita diperankan sebagai tokoh yang tidak suka dengan konflik dan	Profesi Maria sebagai pemain harpa tidak begitu ditonjolkan. Ia tidak memilih foto yang sedang memainkan harpa. Profesi dirinya dijadikan contoh bagi generasi muda untuk terus berkarya demi kemajuan bangsa terutama bagi wanita Indonesia yang saat ini sudah dianggap setara dengan pria. Generasi mudah diharapkan dapat mengingat dan mencintai pancasila tidak hanya sekedar kata-kata namun juga tindakan yang diwujudkan dengan mewujudkan cinta tanah air dan integrasi bangsa Indonesia yang diwujudkan dengan karya-karya anak bangsa. Musik dijadikan alat pemersatu bangsa, merasang eksistensi nasionalisme pancasila, dan memupuk rasa kebanggaan terlahir sebagai bangsa Indonesia yang eksis berkarya dan berkontribusi memajukan seni music Indonesia.	Status yang diunggah Maria bernada positif, memotivasi <i>followers</i> untuk menengakkan pancasila kembali dan melawan radikalisme, mendoktrin <i>followers</i> untuk menerima perbedaan dan bersikap terbuka serta peka terhadap multikulturalisme, dan tetap berkarya demi kemajuan seni Indonesia. Ia juga bermaksud menyadarkan perempuan Indonesia untuk eksis di panggung nasional sebagai bukti nyata bahwa wanita Indonesia juga mampu berkontribusi dalam memajukan negara sesuai dengan passion, keahlian, dan kompetensi masing-masing yang dimiliki.

				cinta akan kedamaian. Citra diri dibangun melalui komunikasi verbal dan non verbal.		
C A T C H - P H A R A S E S	<p>Bentuk fisik seperti model <i>twiggy</i> yang ditonjolkan dalam foto tersebut. Model tubuh yang langsing ditonjolkan dengan gaun panjang sebagai symbol kecantikan wanita Indonesia walaupun ada darah campuran. Slogan saya Indonesia saya pancasila dikomunikasi dengan kesempurnaan fisik, penampilan, ekspresi wajah, dan kalimat-kalimat status yang persuasive dan berjiwa nasionalisme pancasila dengan secara terang-terangan menyebutkan kebanggaan tersendiri terlahir sebagai wanita Indonesia yang diberikan kelebihan oleh Tuhan sehingga bermanfaat bagi bangsa Indonesia.</p>	<p>Jiwa nasionalisme yang dikonstruksi dengan kode verbal dan nonverbal seperti rasa bangga memakai produk dalam negeri, tampil alami dan menonjolkan sisi inner beauty sebagai wanita asia berkebanggasana Indonesia yang mungkin berbeda dari suku bangsa lainnya, senantiasa eksis di panggung nasional dengan berkarya yang berakibat menimbulkan integrasi bangsa, dan cinta akan damai serta menentang aliran radikalisme yang mengancam eksistensi pancasila.</p>	<p>Dengan balutan pakaian gaun batik, riasan make up yang natural, ekspresi wajah yang ramah, pola pikir yang terkesan terbuka terhadap eksistensi wanita Indonesia di panggung seni yang karya pro pancasila dan ungkapan pertentangan keras melawan radikalisme mendukung situasi peringatan hari kelahiran pancasila dan berperan aktif dalam mengkomunikasi pancasila sebagai jadi diri bangsa Indonesia pada generasi muda yang aktif sebagai pengguna social media instagram.</p>	<p>Profesi seni seperti pemain harpa diharapkan memiliki rasa nasionalisme yang tinggi berlandaskan pada nilai-nilai pancasila dan diharapkan karya berdampak positif dan bermanfaat bagi Indonesia. Adanya indikasi ungkapan dari pada bergabung pada kelompok radikal sebaiknya berkarya demi eksistensi Indonesia dalam suatu bidang misalnya bidang seni.</p>	<p>Status Maria tidak ada yang dikomentari oleh <i>followersnya</i> karena isi statusnya sesuai dengan konteks suasana nasionalisme pancasila.</p>	

	Exemplar	Adanya persepsi diri tentang Maria sebagai wanita yang inspiratif, berjiwa nasionalisme pancasila, berfikir terbuka, kreatif, cerdas, dan memiliki sisi narsistic tersendiri sebagai wanita Indonesia yang dikarunia oleh Tuhan sebuah talenta yang bermanfaat bagi Indonesia.	Kesempurnaan fisik dan daya tarik inner beauty serta konten status yang berbingkai nasionalisme menjadi kekuatan persuasive dalam mengeksistensikan pancasila sebagai satu-satunya ideologi NKRI pada generasi muda yang menjadi follower akun maria dan sekaligus pengguna social media instagram.	Sisi kepribadian ditonjolkan dari penggunaan bahasa Indonesia yang baku, persuasive, dan sangat pro pancasila. Jiwa nasionalisme tercermin dari inner beauty yang ia tonjolkan pada foto yang diunggahnya. Sementara itu dari kode non verbal seperti ekspresi wajah, make up, fose foto, dan gaya pakaian harus sesuai dengan pesan yang ia ingin tonjolkan dan tema tentu sangat pro dan berorientasi pada pancasila serta menentang radikalisme.	Profesi seniman diharapkan menjadi inspirasi bagi generasi muda untuk terus berkarya, eksis, dan hasil karya bisa bermanfaat bagi perkembangan seni di Indonesia serta tidak berjiwa radikal serta nasionalisme pancasila sebagai landasan semangat untuk terus berkarya.	Foto maria dapat dijadikan contoh bagi generasi muda dan pengguna aktif social media instagram sebagai seorang seniman yang berjiwa pancasila, bangga dengan jati dirinya sebagai wanita Indonesia yang aktif dan karyanya berkontribusi terhadap kemajuan seni music Indonesia, dan sikap berpendirian teguh untuk menolak ideologi radikalisme yang bukan jati diri bangsa Indonesia.
	DECEPTIVE	Dilabeli sebagai wanita yang <i>fashionable</i> , berfikir modern, tapi tetap natural dan tidak melupakan pancasila sebagai identitas jati dirinya sebagai wanita Indonesia.	Label nasionalisme ditonjolkan dengan busana batik, penampilan fisik natural seperti wanita Indonesia pada umumnya, <i>inner beauty</i> yang terpancari dari auranya, dan kalimat statusnya.	Tidak ada komentar hanya ada <i>likes</i> dari <i>followers</i> yang menandakan bahwa foto tersebut disukai oleh followers.	<i>Fashiobnable</i> , modern, nasionalisme, dan tetap alami seperti wanita Indonesia.	Peneliti tidak melakukan wawancara dengan Maria sehingga penulis hanya bisa membongkar karakteristik yang tampak dari foto saja.
	VISUAL	Pengambilan foto Maria dengan teknik <i>long shot</i> yang artinya menjadi objek tontonan publik yang menonjolkan sisi nasionalisme sesuai dengan peringatan hari pancasila serta mengajak semua pengguna akun untuk mengupload foto yang sama. <i>Angle</i> pengambilan gambar dengan cara <i>eye level</i> artinya ia memposisikan dirinya sama dengan				

	<p>I M A G E S</p>	<p>orang lain tidak ada perbedaan dan adanya sisi integritas bangsa serta nasionalisme ditonjolkan untuk mengajak orang bersama-sama melawan gerakan radikalisme.</p> <p>Tipe lensa normal artinya gambar itu diambil tanpa ada rekayasa dan menonjolkan dirinya apa adanya.</p> <p>Fokus pengambilan gambarnya <i>deep focus</i> semua unsur ditonjolkan dari segi penampilan fisik, busana, <i>make up</i>, citra diri, profesionalisme, dan jiwa nasionalisme.</p> <p>Teknik pencahayaan foto ada pada <i>low contrast</i> yang artinya foto maria diambil <i>realistic</i> sesuai dengan kondisi fisik, penampilan, dan natural wanita Indonesia yang keturunan Thiong Hoa.</p> <p>Pewarnaan pada foto tersebut yaitu <i>warm</i>, artinya foto tersebut menunjukkan Maria sangat optimis, penuh harapan, dan kegairahan dalam menampilkan citra dirinya sebagai perempuan yang nasionalisme dan berani melawan gerakan radikalisme serta pada foto ini ia mengajak generasi muda untuk juga mencintai Indonesia, memupuk jiwa nasionalisme, dan seolah-olah memberikan harapan bahwa tidak ada kata terlambat untuk melawan kelompok yang meruntuhkan integrasi bangsa termasuk gerakan radikalisme.</p>				
<p>R E A S O N I N G D E V I C E S</p>	<p>R O O T S</p>	<p>Kesempurnaan fisik menjadi aset penting untuk menjadi eksis di dunia maya. Orang yang memiliki kesempurnaan fisik, <i>fashionable</i>, dan memiliki pancaran <i>inner beauty</i> juga harus mencintai pancasila, sikap kepedulian terhadap kondisi negara, dan sebagai <i>change agent</i> dalam mengatasi masalah-masalah radikalisme dengan cara-cara yang populer sehingga dapat mempengaruhi dan menginspirasi orang-orang disekitarnya.</p>	<p>Pesan moral yang ada pada gambar tersebut adalah jika cinta Indonesia gunakan produk lokal seperti batik sehingga adanya kebanggaan tersendiri sebagai orang Indonesia. Cantik saja tidak cukup tanpa harus berperan sebagai <i>change agent</i> dan inspirasi bagi orang-orang disekitar untuk melawan radikalisme dengan menonjokan identitas nasionalime pancasila baik sika maupun perbuatan</p>	<p>Citra diri yang dikagumioleh orang-orang pengguna internet adalah mereka yang tidak hanya cantik tapi juga mampu memotivasi dan mempengaruhi orang lain untuk kembali pada pancasila sebagai identitas bangsa Indonesia yang memupuk persatuan untuk melawan ajaran radikalisme yang semakin mengkhawatirkan.</p>	<p>-</p>	<p>Foto tersebut tidak mendapatkan komen yang negative.</p>

A P P E L A S T O P R I N C I P L E S	Kesempurnaan fisik menjadi <i>soft</i> diplomasi dalam menumbuhkan nasionalisme pancasila.	Berbondong-bondong orang mengunggah foto yang sama di social media mereka dengan hashtag dan atribut komunikasi verbal dan non verbal yang sama kemudian menjadi viral di social media.	Pengguna media sosial instagram menimbulkan pertanyaan besar apakah nasionalisme pancasila cukup dihidupkan dengan selfie apakah sudah ada perenungan tentang substansi dari ajaran dari masing-masing pancasila untuk melawan radikalisme. Apakah mereka benar-benar termotivasi untuk menghidupkan pancasila atau sekedar eksis di media sosial?	Banyak akun di media sosial lainnya mengunggah foto dengan hashtag yang sama dengan mengenakan pakaian seragam pekerjaan dan menyebutkan profesi yang memiliki arti bahwa apapun profesi harus berpedoman pada nasionalisme pancasila.	-
--	--	---	--	--	---

Tabel 4. Identitas Akun Instagram @nuramalia_fitri

Nama Akun Instagram	@nuramalia_fitri
Followers	338
Following	247
Profesi	Murid Sekolah Menengah Atas yang aktif dalam kegiatan pramuka dan senang mempelajari Bahasa Indonesia
Jumlah Foto Saya Indonesia Saya Pancasila yang disukai	762
Status Akun Instagram	<p>Oleh : Nur Amalia Fitri. Selamat Hari Lahir Pancasila ke-72.</p> <p>Bukan agama, suku, warna kulit, ataupun strata sosial yang dijadikan landasan dalam bernegara. Jika mengandalkan unsur dari mereka, tak akan jua tercipta tujuan dan cita-cita. Pancasila itu yang harus kita pakai. Negara ini bukan negara agamis, namun rakyatnya selalu berkutik dan memperdebatkan kehebatan dan kebenaran dari agama yang dianut, negara ini bukan liberalis namun kadang kasta ekonomi untuk si kaya dan si miskin selalu ada sekat pembatasnya, negara ini Bhineka Tunggal Ika maka tak perlu mempermasalahakan suku, warna kulit, gen asal, atau hal lainnya. Perlu diakui manusia Indonesia sekarang berotak pintar, namun tidak kritis akan toleransi, tenggang rasa, dan perbedaan. Pancasila, sebuah nama yang muncul dari otak brilian Soekarno yang akan menjadi pandangan hidup bangsa dan negara untuk seterusnya. Tanyakan pada dirimu, apa itu Pancasila? Yukk menjadi manusia Indonesia seutuhnya. #pekanpancasila #pramukapancasila #sayaindonesia #sayapancasila</p>

Tabel 5 Analisis Framing @nuramalia_fitri

Pemilik akun @nuramalia_fitri		Framing				
Core frame		Penampilan Fisik	Nasionalisme	Citra diri	Profesi	Komentar Foto
F	M	Bentuk penampilan fisik yang ditampilkan dalam foto tersebut adalah wajah yang sederhana tanpa <i>balutanmake up</i> , senyum manis lebar, wajah imut dan badan kecil, <i>religious</i> dengan untaian jilbab di kepalanya, dan seragam paskibra yang dikenakan. Penampilan fisiknya menunjukkan bahwa Nur anak perempuan sederhana yang masih bersekolah.	Jiwa nasionalisme ditunjukkan dengan kode-kode non-verbal yang ia pada fotonya, seperti: seragam seragam paskibra yang ia kenakan dengan detail topi hitam dan pin kecil ber lambangkan garuda pancasila di atas kepalanya; kerudung putih yang sering dikenala para paskibraka; syal merah yang dibalutkan di leher hingga dada; jas alamamter SMA; dan rok berwarna putih. Aksesoris pada seragam yang dikenakannya menunjukkan bahwa ia adalah salah seorang yang bertugas dalam memperingati hari peringatan. Peran aktifnya sebagai tim paskibraka menjadi bukti akan rasa cintanya terhadap Indonesia dan bangga mengenakkan atribut yang sangat menyimbolkan Negara Indonesia. Senyumnya yang anggun memberikan kesan ramah namun tetap	Citra diri yang dibangun dari foto tersebut, yaitu: 1) Cinta terhadap tanah air; 2) Nasionalisme digambarkan dari atribut pakaian paskibraka dan gaya foto yang sedang member hormat; 3) kesan pribadi yang ramah namun tetap tegas seperti para pejuang wanita Indonesia pada umumnya; 4) Adanya rasa kebanggaan tersendiri menjadi anak perempuan Indonesia yang berkontribusi sebagai salah satu petugas paskibraka dalam memperingati suatu hari peringatan; 5) Secara tersirat ia ingin mengajak para generasi muda Indonesia untuk saling menghargai perbedaan dan memahami apa itu pancasila di hari peringatan pancasila itu sendiri; 6) Kesan yang ia tonjolkan adalah citra diri anak perempuan Indonesia yang berfikir terbuka, menghargai perbedaan, tidak senang akan konflik, berorientasi pada kemajuan negara, dan ingin terus berkontribusi terhadap negara	Profesi Nur sebagai siswi yang duduk di bangku sekolah dan aktif berperan dalam tim paskibraka cukup terlihat dari atribut pakaian dan wajah mungilnya. Ia memilih foto yang sedang memakai atribut paskibraka dan jas almamater sekolahnya. Profesi atau dalam hal ini peran atau status dirinya dijadikan contoh bagi generasi muda untuk terus berpartisipasi aktif dalam memperingati hari jadi atau insiden tertentu yang pernah terjadi di Indonesia. Generasi muda diharapkan dapat mengingat dan mencintai Indonesia dengan mengenal apa itu pancasila tidak hanya sekedar kata-kata namun juga tindakan yang diwujudkan dengan mewujudkan cinta tanah air dan integrasi bangsa Indonesia.	Status yang diunggah Nur bernada positif, memotivasi <i>followers</i> khususnya generasi muda seusianya untuk menengakkan makna pancasila kembali dan melawan isu perbedaan yang kini sedang merajalela menjadi isu untuk memecah belah antar suku, agama dan ras.
R	E					
A	T					
M	A					
I	Ph					
N	O					
g	R					
D	S					
E						
V						
I						
C						
E						
S						

			tegas, sama seperti karakter wanita Indonesia yang dikenal ramah. Pose foto dengan mengangkat tangan kanan ke ujung keeningnya seraya memberikan hormat layaknya warga Indonesia saat menghadap kibaran bendera merah putih, menunjukkan bahwa adanya rasa bangga dalam dirinya “saya Indonesia, saya pancasila”.	terutama pada hari-hari peringatan yang ada di Indonesia.		
C A T C H - P H A R A S E S	Bentuk fisik sesuai dengan proposi tubuh anak SMA terlihat dari fotonya. Tinggi dan berat badan proposional sebagai tim paskibraka di sekolahnya juga tampak dalam foto tersebut. Slogan “Saya Indonesia Saya Pancasila” dikomunikasi melalui penggunaan berbagi atribut dari ujung kepala hingga rok putih yang dikenakannya.	Jiwa nasionalisme yang dikonstruksi dengan kode nonverbal seperti rasa bangga akan seragam dan atribut paskibraka, tampil sederhana, dan ekspresi wajah yang tidak berlebihan (senyum anggun namun tetap tegas) menyiratkan jiwa pancasila dan rasa bangga menjadi bagian dari pasukan paskibraka yang sering berkontribusi di hari peringatan tertentu. Dari pakaian, pose foto yang sedang member hormat dan ekspresi wajahnya menyiratkan bahwa ia berusaha mengajak followersnya	Balutan atribut paskibraka dari ujung kepala hingga rok putihnya yang sangat menonjol, menunjukkan akan citra diri yang positif bahwa ia bangga mengenakan seragam tersebut. Ia juga berusaha menunjukkan eksistensi dirinya bahwa ia anak Indonesia yang berperan aktif serta mampu berkontribusi di hari peringatan pancasila sebagai bagian dari petugas paskibraka.	Profesi sebagai paskibrakan diharapkan memiliki rasa nasionalisme yang tinggi berlandaskan pada nilai-nilai pancasila. Memahami nilai-nilai pancasila bukan hanya sekedar menghafal lima butirnya, tapi memahami apa maknanya, seperti menghargai perbedaan suku, agama, dan ras serta mau dan mampu memberikan kontribusi positif terhadap Indonesia.	Berdasarkan status atau caption foto bernada positif dan sesuai dengan konteks nuansa nasionalisme pancasila, terdapat satu orang temannya yang mengomentari foto Nur (@mnabila_a hh kereenn kak @nuramalia_fi tri). Komentar temannya tersebut menunjukkan bahwa antara foto dengan caption sangat sinkron dan keduanya cukup menakjubkan.	

			untuk berjiwa pancasila.			
E X E M P L A R	Kesederhanaan fisik, ekspresi ramahnya yang tegas serta konten status yang berbingkai nasionalisme menjadi kekuatan persuasif dalam mengeksistensikan pancasila sebagai satu-satunya ideologi NKRI pada generasi muda khususnya anak sekolahan seusianya.	Adanya persepsi diri tentang Nur Amalia sebagai wanita yang berjiwa nasionalisme pancasila, berfikir terbuka, berkontribusi aktif dan positif terhadap Indonesia	Sisi kepribadiannya yang tegas ditonjolkan dari penggunaan bahasa Indonesia yang cukup baku namun tetap mudah dipahami dan bersifat persuasif. Ia berusaha mengeksistensikan makna pancasila melalui konten foto dan caption dalam statusnya.	Profesi sebagai seorang paskibraka tentu diharapkan bahkan dituntut agar ia mampu menunjukkan sisi nasionalismenya. Dalam unggahan foto beserta captionnya ia mampu menunjukkan hal tersebut, bahwa sebagai anak muda generasi <i>agent of change</i> kita tetap harus produktif berkontribusi pada Negara dan selalu berpikir positif terutama dalam menghargai setiap perbedaan.	Foto Nur Amalia dapat dijadikan contoh bagi generasi muda dan para pengguna media sosial bahwa pelajar harus peduli terhadap hal-hal yang dapat menghancurkan dan memecah-belah agama, suku, dan ras. Jangan karena isu sara yang dilontarkan oleh pihak lain, kita mendukungnya. Nur juga mengajak agar semua mampu berpikir kritis, bertoleransi, dan tenggang rasa pada setiap perbedaan.	
D E C E P T I O N S	Dilabeli sebagai seorang siswi yang berpikiran kritis dan peduli akan kemajuan bangsanya	Label nasionalisme ditonjolkan dengan seragam dan atribut paskibraka, pose foto yang sedang memberikan hormat, senyum tegas pada ekspresi wajahnya, dan caption foto atau status yang dibuat Nur dalam akun instagramnya.	Disiplin, tegas, berpikir kritis, peduli, toleran. Itulah gambaran karakter yang ingin ia tonjolkan pada dirinya, begitu pun karakter yang ingin ia bangun dan tanamkan untuk orang lain khususnya generasi muda seusianya.	Seperti citra diri, sebagai paskibraka ia ingin menunjukkan dirinya sebagai anak yang disiplin, tegas, dan peduli pada sesama tanpa memandang suku, agama, dan ras. Karakter tersebut sesuai dengan apa yang dilihat orang pada paskibraka.	Terdapat sejumlah likes yang menandakan unggahan dari Nur disukai oleh para followernya dan komentar seorang temannya yang takjub pada unggahan Nur karena sinkronisasi foto, caption, dan nuansa peringatan hari pancasila.	
Visual Images	Pengambilan foto Nur Amalia dengan teknik <i>medium long shot</i> yang artinya hampir seluruh tubuh Nur mulai dari lutut sampai atas kepala menjadi objek tontonan publik yang menonjolkan sisi nasionalisme sesuai dengan seragam dan atribut yang dikenakan dan ditunjukkan pada publik. Format frame foto bertuliskan "Saya Indonesia Saya Pancasila" menyiratkan bahwa ia berusaha					

		<p>mempersuasi para pengguna instagram lainnya untuk sama-sama memperingati hari pancasila serta mengajak semua pengguna akun untuk mengupload foto yang sama.</p> <p><i>Angle</i> pengambilan gambar dengan cara <i>eye level</i> atau sering disebut normal <i>angle</i>, artinya ia memposisikan dirinya sama dengan orang lain tidak ada perbedaan dan adanya sisi integritas bangsa serta nasionalisme ditonjolkan untuk mengajak orang bersama-sama berpikir kritis, disiplin, dan toleran. Pemilihan tempat dengan <i>background</i> pepohonan atau alam, menunjukkan bahwa gambar tersebut diambil setelah atau sebelum ia bertugas sebagai paskibraka, karena upacara dan pengibaran bendera identik dilakukan di tempat terbuka atau <i>outdoor</i>.</p> <p>Tipe lensa normal artinya gambar itu diambil tanpa ada rekayasa dan mencerminkan dirinya yang apa adanya atau tidak dibuat-buat.</p> <p>Fokus pengambilan gambarnya <i>deep focus</i>, ia ingin seragam dan atribut paskibraka dari ujung kepala hingga lututnya menjadi <i>point of interest</i>. Fokusnya tidak pada seluruh tubuh, karena cukup dengan menunjukkan sampai batas lutut, orang lain sudah bisa menyebutkan bahwa ia bertugas sebagai paskibraka yang memiliki jiwa nasionalisme.</p> <p>Teknik pencahayaan foto ada pada <i>low contrast</i> yang artinya foto Nur Amalia <i>real</i> diambil sesuai dengan kondisi lapangan, apa adanya, dan tidak ada editing foto yang mencolok.</p>				
R E S O N I N G D E V I C E S	R O O T S	Kesederhaan penampilan fisiknya dan tampil adanya tanpa balutan make up berlebihan terkesan lebih natural. Membuat mata publik menilai Nur sosok sederhana namun berjiwa nasionalisme.	Pesan moral yang ada pada gambar beserta captionnya tersebut ialah jika cinta Indonesia, jangan hanya menghafal lima butir pancasila, tapi tanyakan pada diri sendiri apa makna pancasila. Jangan mengaku-ngaku bhineka tunggal ika apabila pada isu suku, agama, dan ras kita masih mudah terpecah belah dan saling menyudutkan. Berpikirlah kritis dan toleran pada sesama untuk paham apa itu pancasila.	Citra diri Nur yang menonjol tidak hanya dari seragam dan atribut paskibrakanya, tetapi dari gaya memberi hormat dan captionnya yang mampu menyadarkan pengguna instagram lainnya sadar akan pentingnya sikap toleran terhadap perbedaan, berpikir kritis terhadap isu-isu yang dapat memecah belah. Secara tidak langsung Nur mempengaruhi generasi muda untuk membuka mata bahwa makna pancasila itu terdapat dalam diri setiap individu, bukan pada isi kelima butirnya.	-	Foto tersebut tidak mendapatkan respon atau komentar negatif, baik itu dari followr maupun dari akun-akun instagram lainnya.
	A P P E L A S T O	Kesederhaan penampilan fisik menjadi <i>soft</i> diplomasi dalam menumbuhkan rasa	Berbondong-bondong orang mengunduh format <i>frame</i> foto yang sama di media sosial instagram mereka dengan <i>hashtag</i> dan atribut komunikasi verbal	Muncul pertanyaan besar apakah nasionalisme pancasila cukup dihidupkan dengan foto seseorang; apakah sudah ada perenungan tentang makna dari lima butir pancasila dalam	Banyak akun lain yang mengunggah foto dengan beregam gaya dan angle, seragam dari beragam profesi, pakaian atau gaya ciri khas dari berbagai suku, agama, dan	-

<p>P R I N C I P L E S</p>	<p>nasionalism e terhadap pancasila.</p>	<p>dan non-verbal yang sama kemudian menjadi viral di media sosial instagram.</p>	<p>melawan radikalisme; apakah mereka benar-benar termotivasi untuk menghidupkan pancasila atau hanya sekedar mengikuti <i>trend</i> dan hanya sekedar ingin mengeksistensikan diri di media sosial saja?</p>	<p>rasnya. Selain foto, akun-akun lainnya juga mengunggah foto dengan format <i>frame</i> dan <i>hashtag</i> yang sama. Mereka berusaha menunjukkan mereka turut merayakan Hari Pancasila.</p>	
---	--	---	---	--	--

Tabel 6. Identitas Akun Instagram @rilly_cra

<p>Nama Akun Instagram</p>	<p>@rilly_cra</p>
<p>Followers</p>	<p>3,267</p>
<p>Following</p>	<p>1,009</p>
<p>Profesi</p>	<p>Pekerja media</p>
<p>Jumlah Foto Saya Indonesia Saya Pancasila yang disukai</p>	<p>853 aku pribadi (2271 likes pancasila)</p>
<p>Status Akun Instgram @rilly_cra</p>	<p>Yang muda yang berkreasi. Saya Indonesia Saya Pancasila</p>
<p>Analisis Komen</p>	<p>17 Komentari dari followersnya positif dan banyak <i>followers</i> yang ingin <i>difollow back</i>, mengajak berteman, dan berkenalan.</p>



Tabel 7. Analisis Framing @rilly_cra

Pemilik akun @rilly_cra		Framing				
Core frame		Penampilan Fisik	Nasionalisme	Citra diri	Profesi	Komentar Foto
F	M	<p>Bentuk penampilan fisik yang ditampilkan dalam foto tersebut adalah bentuk tubuh yang cukup proposional, rambut panjang mengikuti <i>trend</i> kekinian sebagai simbol kecantikan dan feminitas wanita (Herdiansyah, 2016:191). Bentuk lehernya yang jenjang menandakan dirinya feminim dan cantik (Herdiansyah, 2016:178). Bentuk kaki proposional seperti wanita Indonesia alami sebagai standar kecantikan wanita. Warna bibir yang kemerahan membuat bibir terlihat besar dan tebal sehingga tampak feminim dan seksi (Herdiansyah, 2016:186). Pinggul besar yang ia tampilkan menunjukkan identitas fisik yang sempurna dan simbol kesuburan bagi kelangsungan hidup manusia (Herdiansyah, 2016:187). Payudara yang dibusungkan mengindikasikan pemaknaan seksi dan bentuk payudara yang ideal dan disukai kaum pria (Herdiansyah, 2016:190). Kulit putih sebagai standar penilaian kecantikan perempuan Asia dan memiliki daya tarik seksual (Herdiansyah, 2016:192)</p>	<p>Jiwa nasionalisme yang berusaha ia bangun ialah jiwa nasionalisme yang mampu menyumbangkan ide kreatifnya untuk bangsa. Ia sebagai wanita muda sekaligus pekerja di bidang industri kreatif, memandang bahwa sebagai anak muda haruslah mampu berkreasi terhadap nasionalisme pancasila</p>	<p>Citra diri yang dibangun dari foto tersebut yaitu; 1) kompetitif terlihat dari bentuk tubuh yang <i>mesomorphy</i> atau ia yang memiliki bentuk tubuh tegap, tinggi dan atletis (Cangara, 2006:106) kesempurnaan fisik yang ditonjolkan sehingga adanya kesan yang menarik, 3) pribadi narsistik, gembira, dan percaya diri</p>	<p>Jiwa nasionalisme ditonjolkan dengan memakai seragam Net yang mengindikasikan narsistik sebagai pekerja media Net dan warna menggambarkan kesan yang profesional, komunikatif, ekspresif, dan artistik (erbinabaro.es.wordpress.com) yang membangun pemaknaan bahwa karyawan Net selalu berinovasi dan kreatif dalam berkarya untuk memajukan industri di Indonesia dan karyawan Net sangat mendukung pancasila.</p>	<p>Status yang diunggah Rilly bernada positif, memotivasi <i>followers</i> untuk menengakkan pancasila kembali dan melawan radikalisme, mendoktrin <i>followers</i> untuk menerima perbedaan dan bersikap terbuka serta peka terhadap multikulturalisme, dan tetap berkarya demi kemajuan seni Indonesia. Ia juga bermaksud menyadarkan perempuan Indonesia untuk eksis di panggung nasional sebagai bukti nyata bahwa wanita Indonesia juga mampu berkontribusi dalam memajukan negara sesuai dengan passion, keahlian, dan kompetensi masing-masing yang dimiliki.</p>

<p>C A T C H - P H A R A S E S</p>	<p>Fisik tubuh yang ditonjolkan oleh pengguna instagram berbentuk proposional yang memiliki daya tarik beserta yang muda yang berkreasi saya Indonesia saya pancasila artinya anak muda yang kreatif juga harus memiliki dan menanamkan nasionalisme pancasila dalam diri sendiri. Karya seni yang kreatif untuk memajukan industri kreatif di Indonesia sebagai bentuk dari cinta tanah air.</p>	<p>Jiwa nasionalisme ditampilkan dengan kode verbal dan nonverbal. Kode verbal yang tampak yakni status di akunnya yaitu “Yang Muda Yang Berkreasi. Saya Indonesia Saya Pancasila” yang memiliki makna generasi muda yang produktif berkarya demi kemajuan bangsa dan negara yang juga sebagai refleksi ajaran kehidupan pancasila. Kode non verbal tidak didukung oleh atribut nasionalisme seperti batik namun baju seragam lengkap dengan lambang atau logo Net TV yang merepresentasikan <i>corporate culture</i> Net kemudian ia membentuk <i>image</i> bahwa karyawan Net peduli dengan pancasila dan berpedoman dengan ajaran pancasila.</p>	<p>Ia memakai seragam kantor Net yang sengaja di <i>posting</i>, dan pemaknaan yang dibangun yakni pegawai Net Pro Pancasila, ekspresi wajah tersenyum, setiap bentuk fisik yang menurut dirinya ditonjolkan mulai dari postur tubuh, wajah, kulit, rambut, dan gaya berpakaian yang menjadi ciri khas pekerja media yang harus terlihat menarik, kreatif, dan tentu berkarya demi kemajuan bangsa serta foto ini sebagai alat propaganda nasionalisme pancasila agar pancasila bisa eksis di <i>social media</i>, anak muda banyak yang berminat dengan pancasila, dan terus berpedoman pada ajaran-ajaran nilai pancasila sebagai identitas bangsa Indonesia.</p>	<p>Hubungan profesi dengan nasionalisme pancasila disampaikan dengan cara tersirat yang juga berhubungan dengan nilai-nilai <i>corporate culture</i> Net TV. Bahwa karyawan Net TV, sebagian besar generasi muda yang kreatif dan berfikir terbuka namun juga berpegang teguh terhadap pancasila. Karya-karya Net TV sebagai bentuk eksistensi anak muda dalam memberikan acara-acara yang bermanfaat dan membanggakan negara serta tidak luput dari ideologi pancasila.</p>	<p>Respon dari para <i>followers</i>nya terkait status yang ia unggah dari akun pribadinya mendapatkan <i>feedback</i> yang positif dan justru ia menjadi sosok yang dikagumi oleh <i>followers</i>nya. Pada akun Indonesia pancasila ada pertanyaan dari salah satu pengguna instagram “lebih didahulukan pancasila atau agama” nampaknya tidak ada respon dari keduanya.</p>
<p>E X E M P L A R</p>	<p>Ada kemungkinan <i>followers</i> di akun instagramnya tidak begitu memaknai pancasila seutuhnya, justru perhatian tertuju pada gambar visual kesempurnaan fisik dari akun media sosial dirinya. Persepsi yang dibentuk dalam benak <i>followers</i> yakni anak</p>	<p>Kesempurnaan fisik dan daya sensualitas <i>inner beauty</i> sebagai kode non verbal yang persuasif dalam mengajak anak muda untuk mendukung pancasila, mengeksistensikan pancasila, dan</p>	<p>Sisi kepribadian ditonjolkan dari kepribadian yang luwes, kreatif, berfikir terbuka, menarik, dan pancasila dibingkai dengan balutan fisik, atribut pakaian, <i>make up</i>, dan kata-kata dari status media sosial</p>	<p>Pekerja Net TV produktif menghasilkan karya-karya bangsa yang membaggakan demi memajukan industri kreatif di Indonesia sebagai bentuk wujud nasionalisme pancasila.</p>	<p>Foto dari akun pribadinya dapat dijadikan rujukan referensi oleh pengguna media sosial instagram lainnya agar anak muda terus</p>

		muda yang kreatif dan berpenampilan menarik harus juga pro dan memiliki nilai-nilai nasionalisme pancasila.	menanamkan nasionalisme pancasila di kalangan anak muda.	instagram akun pribadinya.		menghidupkan pancasila dan selalu berjiwa nasionalisme.
	D E C E P T I O N S	Dilabeli sebagai wanita karir, kreatif, luwes, dan berfikir terbuka serta nasionalis.	Peneliti menemukan adanya indikasi kesamaan Label nasionalisme dengan pengguna media sosial instagram lainnya ditonjolkan dengan bentuk fisik dan kepribadian yang menarik.	Tidak ada komentar negatif dari <i>followersnya</i> , justru banyak <i>followers</i> yang ingin berkenalan dengannya. Selain itu pada akun instagram Indonesia pancasila ada satu respon pertanyaan netral “dahulukan pancasila atau agama”	Wanita karir, kreatif, produktif, dan cinta dengan tanah air yang ditampilkan dengan kebanggaan akan jati diri bangsa Indonesia yakni Pancasila.	Peneliti tidak melakukan wawancara dengan @rilly_cra sehingga penulis akan memperoleh kesan dari foto ini yang diunggah dalam akun media sosial instagram nya.
	V I S U A L I M A G E S	<p><i>Angle</i> pengambilan Pengambilan foto @rilly_cra dengan teknik <i>long shot</i> yang artinya posisinya sama dengan pengguna instagram lain. Tidak ada perbedaan derajat sama-sama ingin mengatur manajemen kesan pancasila yang diseting secara personal (keith Selby dan Ron Cowdery, How to study Television, London, McMilan, 1995:57).</p> <p>Tipe lensa normal artinya foto ini diambil tanpa adanya rekayasa editan aplikasi dan diambil saat keseharian bekerja sebagai seorang pekerja media Net TV.</p> <p>Fokus pengambilan gambarnya <i>deep focus</i> semua unsur ditonjolkan dari segi penampilan fisik, busana, <i>make up</i>, citra diri, pekerjaan, dan kesan nasionalisme.</p> <p>Teknik pencahayaan foto ada pada <i>low contrast</i> yang artinya foto maria diambil <i>realistic</i> sesuai dengan kondisi fisik, penampilan pakaian, dan ekspresi non verbal seperti <i>make up</i>, ekspresi wajah, dan perkataan status yang mengesankan bahwa anak muda generasi yang kreatif dan berpedoman pada nasionalisme pancasila.</p> <p>Pewarnaan pada foto tersebut yaitu <i>warm</i>, artinya foto tersebut menunjukkan bahwa dirinya adalah anak muda yang sangat <i>passionate</i> pada dunia profesi, suasana hati yang optimis, dan penuh semangat.</p>				
	R O O T S	Kesempurnaan fisik, kalimat yang positif, dan <i>angle</i> foto menjadi hal utama dalam mengeksistensikan	Pesan moral yang ada pada gambar tersebut adalah anak muda yang kreatif adalah anak muda yang	Sama dengan citra pengguna instagram lainnya bahwa seseorang harus memiliki fisik yang cantik dan menarik	-	Foto tersebut tidak mendapatkan komen yang negatif.
	R E A S O N I N G	pancasila. Pancasila lebih efektif jika disampaikan dengan sosok wanita dengan fisik yang menarik dan jiwa yang penuh optimis dan nasionalis. Semua itu menjadi sebuah strategi untuk mendapatkan <i>likes</i> yang banyak.	cinta dengan negara dan berjiwa nasionalisme pancasila.	untuk bisa menjadi viral, mendapatkan perhatian dari para pengguna instagram di media sosial, dan diajak untuk berteman		

D E V I C E S T O P R I N C I P L E S	A P P E L A S	Kesempurnaan fisik menjadi <i>soft</i> diplomasi dalam membujuk anak muda dalam menerima Pancasila.	Foto pribadi atas nama pemilik akun instagram @rilly_cra menjadi imitasi dari pengguna lain untuk mengunduh foto yang sama dengan <i>hashtag</i> “saya Indonesia saya Pancasila” dalam memperingati pekan Pancasila.	Belum tentu citra diri dalam mengeksekusi Pancasila dilakoni dalam kehidupan sehari-hari. Apakah nilai-nilai Pancasila benar-benar eksis dalam diri mereka atau hanya sekedar pecitraan publik dalam pekan Pancasila saja?	Banyak pengguna media sosial yang menuliskan <i>hashtag</i> yang sama, status yang hampir sama, menampilkan foto yang terbaik dengan fisik yang indah dipandang oleh pengguna media sosial instagram lainnya hingga peneliti melihat bahwa mereka cenderung lebih narsistik, memperhatikan fisik, dari pada menekankan nilai Pancasila dalam kehidupan sehari-hari.	-
--	--	---	--	--	---	---

Pembahasan

Manajemen Kesan @maria_pratiwi dalam Mengeksistensikan Pancasila

Dalam menjelaskan tahapan proses manajemen kesan, seorang pengguna instagram yang juga berperan sebagai *influencer* tidak sembarang mengunduh sebuah foto di media sosial instagram. Ia harus menyeleksi foto mana yang akan diunggah, menggunakan artifak yang spesifik untuk menonjolkan citra diri yang ingin ia tonjolkan misalnya pakaian, *make up*, dan latar tempat pengambilan foto. Ia juga mengatur teknik pengambilan foto, lensa, pencahayaan, penggunaan lensa, dan pewarnaan foto. Penulisan status instaram dengan kalimat dan bahasa tertentu agar tidak mengganggu proses pecitraan dirinya. Pemilihan sosial media instagram sebagai panggung eksistensi dan juga media teknologi untuk pengambilan foto. Semua direncanakan bagaikan pembuatan sebuah skenario film atau cerita.

Media sosial instgram dimanfaatkan oleh Maria sebagai media eksistensi ideologi Pancasila yang dihidupkan melalui strategi manajemen kesan dirinya sebagai *influencer* di media sosial instagram. Ia menggunakan media sosial untuk menyebarkan yang kemudian mengarah pada penanaman

ideologi nasionalisme Pancasila di kalangan pengguna media sosial instagram yang kebanyakan anggotanya adalah anak muda generasi millennial. Pancasila tidak akan menjadi suatu hal yang menarik dan penting tanpa adanya sentuhan yang mengesankan dari *influencer* kepada *audience* di media sosial instagram.

Pancasila menjadi viral, disadari sebagai etalase penting kehidupan NKRI, dan alat integrasi bangsa dalam melawan gerakan radikalisme setelah beredarnya foto Maria di akun media sosial instagram pribadinya yang kemudian di *repost* oleh akun media sosial instagram @indonesiapancasila. Maria yang terlahir sebagai wanita Indonesia walaupun keturunan Thiong Hoa, menjadi *influencer* sekaligus *brand ambassador* bagi Indonesia untuk membujuk pengguna instagram lainnya agar terus berpegang teguh pada Pancasila, tetap bersatu seperti semboyan bangsa Indonesia “Bhineka Tunggal Ika” dalam melawan radikalisme, dan selalu menjadikan Pancasila sebagai identitas bangsa Indonesia.

Pancasila dikomunikasikan dengan wujud wanita Indonesia keturunan Thiong Hoa yang mencerminkan bhineka tunggal ika, berjiwa nasionalisme, cinta kedamaian, *fashionable*, fisik yang sempurna dan natural, berfikir modern tanpa menghilangkan

konsep nasionalisme pancasila dan tidak merujuk pada *westernisasi* serta memakai produk dalam negeri. Citra diri seperti itulah yang dilakukan oleh maria dalam mengeskistensikan pancasila, seperti pemikiran Kreitner & Kinichi (2005) yang menyatakan bahwa manajemen kesan didekriskan sebagai suatu proses dimana seseorang berusaha untuk mengarahkan dan memaniulasi perspsi orang lain terhadap citra diri seseorang. Seperti pribahasa *ada gula ada semut*, dimana ada kesan foto yang menarik perhatian orang lain akandislikes, *dispost*, dan bahkan dijadikan imitasi atau peniruan oleh pengguna media sosial instagram lain dengan mengunggah foto yang sama dengan memadupadankan foto pribadi mereka dengan gambar Saya Indonesia Saya Pancasila.

Apakah nasionalisme pancasila harus diwujudkan dengan *caraselfie*? Apakah user yang menjadi *followers* Maria benar-benar memahami makna atau substansi pancasila sebagai ideologi NKRI dalam melawan radikalisme, atau pertanyaan lain timbul apakah tujuan Maria mengunggah foto itu untuk pecitraan diri atau benar-benar sebagai agen perubahan untuk kembali mendokrtin nasionalisme pancasila? Dari analisa framing bahwa yang ditonjolkan bukan pancasilanya melainkan kesan *influencer* yang sangat nasionalis, cinta damai, tidak kebarat-baratan, dan cintai NKRI dengan memakai produk dalam negeri misalnya batik.

Influencer kurang bersifat edukatif tentang pentingnya pancasila untuk diamalkan dalam kehidupan sehari-hari, tidak melakukan sikap dan perilaku diluar ajaran butir-butir pancasila seperti misalnya terlibat dalam gerakan radikalisme, dan mengingatkan kembali cerita sejarah tentang pancasila. Dampak dari foto yang diunggah oleh secara kognitif menyadarkan generasi muda untuk peduli dengan pancasila sebagai pemesatu bangsa, afektif secara emosi timbul keinginan para pengguna akun media sosial instagram untuk melakukan aksi *selfie* dengan foto yang sama melalui proses teknik pengambilan gambar, pencahayaan, pemilihan layar tempat, pakaian, pengeditan, dan penyusunan kalimat status yang mendukung atribut non verbal yang ditampilkan. Pada tahap konatif memang foto-foto *influencer* beredar viral di instagram tapi dalam kehidupan nyata apakah

perilaku dan sikap mereka sudah sesuai dengan ajaran pancasila? Pancasila hanya eksis dalam instagram namun belum tentu ada pada aspek kognitif, afektif, dan konatif pada pengguna media sosial instagram terutama *follower* akun media sosial instagram Maria. Penelitian ini belum sampai kearah konatif pada kehidupan nyata sehingga perlunya kajian ulang yang lebih konfrehensif.

Eksistensi pancasila hanya ditampilkan pada foto namun tidak dijelaskan substansi pancasila yang sehinggnya dengan konsep historis yang disampaikan dengan cara edukatif melalui gaya bahasa yang persuasif dan tidak membosankan. Di Indonesia sendiri, masyarakat lebih cenderung mendengarkan siapa yang berbicara daripada apa pesan yang disampaikan. Sehingga pancasila lebih mudah diingat dan eksis di kalangan pengguna internet yang masuk dalam generasi millennial dengan bantuan *influencer* yang mampu menggugah minat dan ketertarikan generasi muda di Indonesia. Dalam arti sempit mereka adalah Public Relations untuk diri sendiri yang juga bagian dari Indonesia. Namun mereka belum sepenuhnya menceritakan pancasila melalui foto mereka di instagram hal tersebut kemungkinan karena fitur instagram yang hanya menonjolkan foto.

Bercermin dari Goffman (1959:29) pengelolaan kesan atau *impression management* dibutuhkan ketika kesulitan persepsi timbul karena persona stimuli berusaha menampilkan petunjuk-petunjuk tertentu untuk menimbulkan kesan tertentu pada diri penanggap (Jalaludin 2007:96). Proses manajemen kesan diawali dengan Maria memakai pakaian batik yang mencerminkan kebanggan memakai produk buatan luar negeri dan cinta tanah air. Setelah itu Maria tidak memakai riasan make up yang berlebihan agar dipersepsikan sebagai wanita natural Indonesia dan walaupun keturunan Thing Hoa yang mengidiskasikan cermin dari bhineka tunggal ika, kalimat-kalimat yang nasionalisme dan mencerminkan dirinya sesuai dengan identitas pancasila. Teknik pengambilang *long shot* yang bermakna konteks kaitannya dengan foto Maria yang menjadi objek yang menonjolkan nasionalisme pancasila. Sudut pandang pengambilan gambar yakni *eye level* yang artinya sama berarti ia menyamakan diri sama seperti orang

lain untuk memupuk intrgerasi bangsa melawan radikalisme. Tipe lensa normal, pewarnaan warm, dan deep focus artinya foto itu diambil dalam keadaan normal, alami, realistis, dan menojolkan fisik, sikap, dan perilaku yang pro-nasionalisme pancasila (Selby dan Ron Cowdery, *How to study Television*, London, McMilan, 1995:57-5). Kesan yang diperspesikan oleh *audience* yaitu citra diri Maria yang *fashionable*, memiliki fisik yang sempurna, cinta nasionalisme, memiliki *inner beauty* yang memancarkan dirinya sebagai wanita yang inspiratif, dan bermanfaat bagi orang-orang yang ada disekitarnya.

Manajemen Kesan @nuramalia_fitri dalam Mengeksistensikan Pancasila

Sama halnya dengan @maria_pratiwi, proses manajemen kesan yang dilakukan oleh @nuramalia_fitri sebagai *influencer*, ia juga tidak sembarang mengunggah fotonya di media sosial instagram. Ia harus menyeleksi foto mana yang akan diunggah guna citra diri yang ingin ia tunjukkan dihadapan publik sesama pengguna instagram, baik itu pemilihan dari segi pakaian, pose foto, *make up*, hingga latar tempat pengambilan foto. Selain dari segi fisik, pengaturan cahaya dan cara pengambilan gambar juga ia atur guna mendapatkan hasil maksimal saau di *upload* di instagram. Di instagram, selain mengunggah foto, *influencer* juga menulis status atau *caption* dari foto tersebut. Dalam statusnya, para pengguna akan mengolah kata dan *sticker emotion* agar mudah dibaca dan dipahami. Berdasarkan keseluruhan yang ia *upload*, yang paling penting adalah memperhatikan agar foto dan status yang dibuatkan tidak mengurangi atau mengganggu citra dirinya. Manajemen kesan dikenal juga dengan sebutan *impression management*, di mana menurut Kreitner & Kinichi (2005), *impression management* dapat dilakukan dengan cara mengubah cara berpakaian, mematuhi norma dan peraturan di tempat dia berada, mengambil nama atas pekerjaan orang lain, cara berbicara, cara berjalan dan lain-lain. Semua hal itu dilakukan dengan harapan agar seseorang mendapat pengaruh dari orang yang ditujunya.

Media sosial instagram dimanfaatkan oleh Nur Amalia sebagai wadah untuk menunjukkan eksis-

tensi pancasila yang berusaha ia hidupkan melalui proses manajemen kesan, yaitu dengan mengup-load foto dengan *frame* foto berwarna merah bertuliskan "Saya Indonesia Saya Pancasila". Melirik pada foto yang ditampilkan dan *captionnya* yang mampu membuka mata, menyiratkan bahwa Nur sedang berusaha berperan sebagai *influencer* dan mengarahkan orang-orang khususnya para *followersnya* yang mayoritas adalah generasi millennial untuk sadar makna pancasila. Nur mendorong orang lain akan makna pancasila, karena saat ini Indonesia sedang dalam keadaan memprihatinkan, di mana masyarakatnya sangat mudah terpengaruh bahkan terpecah belah dengan adanya isu sara yang kian marak menjadi bahan perpecah belahan bagi kaum yang tidak bertanggungjawab. Nur mempersuasi orang-orang agar siapapun harus mampu menghargai perbedaan, karena cita-cita seseorang dan suatu bangsa tidaklah diukur dari perbedaan warna suku, agama, dan warna kulit. Menghadapi itu semua semua orang perlu memahami dulu apa makna pancasila, agar dapat berpikir kritis, toleran dan tenggang rasa terhadap beragam perbedaan.

Peringatan hari pancasila menjadi sangat menarik dengan munculnya postingan-potongan seperti ini. Para pengguna instagram yang *mungkin* sebelumnya tidak tertarik untuk memperingati dan memaknai apa itu pancasila, memungkinkan menjadi tertarik dan peduli pada pancasila setelah ia melihat postingan dari salah satu akun para *influencer* seperti akun @nuramalia_fitri. Saat Nur Amalia mampu mempengaruhi orang lain untuk memposting hal serupa, artinya ia berhasil memberikan pengaruh positif pada para pengguna instagram lainnya, yang artinya menurut Goffman (1959:145), ia telah melakukan aturan main dalam mengelola kesan yaitu bersikap bijaksana. Seseorang guna mengelola manajemen kesannya dituntut untuk bersikap bijaksana karena ketika komunikator atau *influencer* (@nuramalia_fitri) melakukan kesalahan dalam berbicara, maka komunikator lainnya tentunya dapat memahami pemaknaan yang berbeda dengan maksud sebenarnya yang ingin disampaikan. Maka dari itu, sebleum kita memposting apapun, kita harus memerhatikan segala unsure dari berbagai aspek termasuk sebab akibatnya apakah cenderung kea rah yang positif atau nega-

tif, lebih banyak menguntungkan atau merugikan, dan lebih banyak menebarkan manfaat dalam kebaikan atau justru semakin menyesatkan. Semuanya perlu dipertimbangkan.

Manajemen Kesan @rilly_cra dalam Mengeksistensi Pancasila

Berdasarkan foto yang Rilly tampilkan di media sosial instagram, hal yang paling mencolok dan menjadi pusat perhatian memang seragam Net yang dikenakannya. Seseorang dalam berbusana dapat menjadi definisi komunikasi tersendiri. Busana merupakan bentuk komunikasi nonverbal, di mana dalam hal ini Rilly berusaha mengirimkan pesan tentang dirinya sendiri melalui pakaian yang dipakainya. Pesan yang ditampilkan melalui pakaian atau seragamnya merepresentasikan *corporate culture* Net, kemudian ia membentuk *image* bahwa karyawan Net peduli dengan pancasila dan berpedoman dengan ajaran pancasila.

Menurut Ibrahim (2006: 42) dalam bukunya yang berjudul "Fashion sebagai Komunikasi" ia menyatakan bahwa pakaian yang dipergunakan untuk mengirimkan pesan tentang dirinya pada orang lain didasarkan pada pengalaman ia sehari-hari, dipilih sesuai dengan apa yang akan ia lakukan pada hari itu, bagaimana suasana hatinya, siapa yang akan ditemuinya, dan seterusnya.

Dalam menjelaskan tahapan proses manajemen kesan, seorang pengguna instagram yang juga berperan sebagai *influencer* tidak sembarangan mengunggah sebuah foto di media sosial instagram. Rilly menyeleksi foto mana yang akan diunggah, menggunakan artifak yang spesifik untuk menonjolkan citra diri yang ingin ia tonjolkan. Tidak hanya pakaian yang ia tonjolkan, tetapi *make up*, teknik pengambilan foto, hingga status yang ia tulis di akun instagramnya pun menjadi suatu pesan bermakna yang dapat dikaji. Kesempurnaan fisiknya sebagai seorang wanita yang feminis dapat terlihat dari balutan *make up* atau pemilihan warna lipstik di bibirnya. Sedangkan teknik pengambilan foto dengan teknik *long shot* menunjukkan persamaan derajat dan pemilihan warna foto yang terkenal *warm* menunjukkan bahwa dirinya adalah anak muda yang sangat *passionate* pada dunia profesi, suasana hati yang optimis, dan penuh semangat.

Terakhir, kode verbal pada statusnya yang bertuliskan "Yang Muda Yang Berkreasi. Saya Indonesia Saya Pancasila", memiliki makna generasi muda yang produktif berkarya demi kemajuan bangsa dan negara yang juga sebagai refleksi ajaran kehidupan pancasila.

Eksistensi pancasila yang berusaha Rilly tampilkan dengan mengusung jiwa muda dan kreatif dapat dianalisis melalui panggung depan dan panggung belakangnya. Kedua panggung ini dijelaskan lebih lanjut oleh Goffman melalui teori dramaturgi yang memandang manusia sebagai aktor-aktor di atas panggung metaforis yang sedang memainkan peran-peran mereka. Bagi para pengguna instagram yang *posting* foto dirinya dengan *frame* memperingati hari pancasila tersebut merupakan panggung sandiwara (*front stage*) yang dijadikan individu sebagai media untuk menampilkan dirinya karena adapengguna instagram lain yang melihat atau menonton.

Pada panggung depannya, disini Rilly menunjukkan *personal front*nya mencakup bahasa verbal (status yang ditulis) dan bahasa tubuh (ungkapan non verbal dari foto dirinya). Semua hal tersebut yang telah penulis paparkan pada paragraf sebelumnya adalah aspek-aspek yang dapat dikendalikan oleh Rilly sebagai pengguna instagram atau Goffman menyebutnya sebagai aktor. Menurut Goffman, panggung depan yang paling sering ditunjukkan ke publik berupa ciri yang relatif tetap seperti ciri fisik, termasuk ras dan usia biasanya sulit disembunyikan atau diubah, namun aktor sering memanipulasinya dengan menekankan atau melembutkannya, misalnya seperti merubah warna rambut menjadi *aga* kecokelatan dengan cat rambut seperti yang dilakukan oleh Rilly.

PENUTUP

Manajemen kesan yang dibangun oleh pengguna media sosial instagram dalam mengeksistensi pancasila dilakukan dengan menampilkan kesempurnaan fisik, citra diri, profesi, dan jati diri nasionalisme pancasila. Pancasila lebih mudah diterima oleh kalangan anak muda melalui foto *selfie* di media sosial instagram. Foto yang diunggah tentu tidak sembarangan, melainkan foto yang menampilkan kelebihan mereka mulai dari

penampilan kesempurnaan fisik, citra diri, profesi yang berkonotasi dengan konsep cinta tanah air, dan berjiwa pancasila. Semakin sempurna bentuk fisik, memiliki kepribadian yang menarik, dan pro terhadap pancasila, maka foto tersebut akan semakin disukai bagaikan pribahasa *ada gula ada semut*. Hal yang menjadi *concern* bagi peneliti adalah apakah pengguna media sosial instagram benar-benar menerima keberadaan pancasila sehingga muncul semangat nasionalisme atau hanya tertarik karena sentuhan feminim sosok perempuan. Keterbatasan penelitian ini hanya sampai pada level mikro dengan kata lain peneliti hanya membongkar manajemen kesan pada foto pengguna instagram yang ditampilkan di media sosial instagram. Oleh karena itu peneliti menyarankan penelitian lanjutan yang dikaji melalui level makro demi kesempurnaan hasil penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Atmoko, Dwi Bambang. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita. 2012.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers. 2006.
- Eriyanto. *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LkiS. 2002.
- Franklin, Bob, et al.,. *Key Concepts In Public Relations*. SAGE Publication Inc: California. 2009.
- Griffin, EM. *A First Look at Communication Theory Ninth Edition*. McGraw-Hill.:New York. 2015.
- Goffman, Erving. *Behavior in Public Places: Notes on the Social Organization of Gatherings*. New York: The Free Press. 1966.
- Herdiansyah, Haris. *Gender dalam Perspektif Psikologi*. Jakarta: Salemba Humanika. 2016.
- Ibrahim, Idi Subandy. *Fashion sebagai Komunikasi, Cara Mengomunikasikan Identitas Sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta 7 Bandung: Jalasutra. 2006.
- Julia, T. Wood. *Communication in Our Lives, Sixth Edition*. Wadsworth Publishing: Boston. 2009.
- Kreitner, Robert; & Kinicki, Angelo. *Perilaku Organisasi. Buku 1, Edisi Kelima*. Jakarta: Salemba Empat. 2005.
- Nasrullah, Ruli. *Etnografi Virtual, Riset Komunikasi, Budaya. Dan Sosioteknologi di Internet*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media. 2017.
- Rakhmat, Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2007.
- Ron, & Selby. *How to Study Television*. Mc Milan: London. 1997.
- Sastrosoebroto, Ika. *Public Relations Tales*. Jakarta: Raihy Asa Sukses. 2013.
- Severin, J. Werner & Jr, James W. Tankard. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa, Edisi Kedua*. Jakarta: Prenada Media. 2007.
- Sobur, Alex. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar Untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik, dan Analisis Framing*. Bandung: PT.Remaja Rosda Karya. 2015.
- Supardan, Dadang. *Pengantar Ilmu Sosial: Sebuah Kajian Pendekatan Struktural*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2011.
- Zuhal. *Visi Iptek Memasuki Milenium III*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia (UI-Press). 2000.
- Widodo, Suko. *Anatomi dan Perkembangan Teori Sosial*. Malang: Aditya Media Publishing. 2010.

Jurnal

- Hidayat, Dedi, Nur. *Menghindari Quality Criteris Yang Monopolitik dan Totalier*. Jurnal Thesis Penelitian Ilmu Komunikasi, 3 (4), September-Desember 2004:1-XXXX. 2004.
- Nurjanah, A., & Nurnisya, Y.F. *Pemanfaatan Digital Public Relations Tagline "Jog-*

*ja Istimewa” Humas Pemerintahan Yogyakarta.*E-journal Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY), 130-145.

Wahana, D. Heru. *Pengaruh Nilai-Nilai Budaya*

Generasi Millennial Dan Budaya Sekolah Terhadap Ketahanan Individu (Studi Di SMA Negeri 39, Cijantung, Jakarta). Jurnal Ketahanan Nasional, XXI (1),14-22. 2015.