

ABSTRACT

Vivi Lutviana. 150531100014. Communication Sciences. Impression Management Buzzer on Social Media. Under the guidance of Dr. Nikmah Suryandari, S. Sos., M.Sc

The purpose of this research is to find out Impression Management Buzzer on Social Media. Impression Management, a buzzer on social media, expresses the self-image that is formed personally in the virtual and real world as well as the motives that carried out in living the profession and self-image of the virtual public. The subject of this research is the buzzer who actively uses social media with the characteristics possessed in displaying products and services.

This research uses a netnographic method that observes online and offline as well as direct observation by collecting data sources through observing social media activities, interviews via email, online conversations, documentation and the involvement of virtual and non-virtual interactions. In this research, Informants were selected using the purpose sampling method so that the data source with certain considerations.

The results of this study show that Impression Management Buzzer on Social Media is in accordance with the personal and daily identities of individuals showed by maintaining the image that has been showed on virtual communities.

Keywords: Impression Management, Buzzer, Social Media

ABSTRAK

Vivi Lutviana. 150531100014. Ilmu Komunikasi. *Impression Management Buzzer di Media Sosial*. Dibawah bimbingan Dr. Nikmah Suryandari, S.Sos., M.Si

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *Impression Management Buzzer* di Media Sosial. *Impression Management* seorang *buzzer* di media sosial mengungkapkan kesan diri yang dibentuk personal dalam dunia virtual maupun dunia nyata serta motif yang dilakukan dalam menjalani profesi dan citra diri terhadap khalayak maya. Subjek dari penelitian ini adalah *buzzer* yang aktif menggunakan media sosial dengan karakteristik yang dimiliki dalam menampilkan produk dan jasa.

Penelitian ini menggunakan metode netnografi yang mengamati secara online maupun offline serta pengamatan secara langsung dengan pengumpulan sumber data melalui pengamatan aktifitas media sosial, wawancara via email, percakapan online, dokumentasi serta keterlibatan interaksi virtual maupun non virtual. Informan dalam penelitian dipilih menggunakan metode *purpose sampling* sehingga sumber data dengan pertimbangan tertentu.

Hasil penelitian ini menunjukkan *Impression Management Buzzer* di Media Sosial sesuai dengan identitas diri dan keseharian dalam diri individu yang ditampilkan dengan menjaga citra yang telah ditampilkan terhadap masyarakat virtual.

Kata kunci : *Impression Management, Buzzer, Media Sosial*