

***IMPRESSION MANAGEMENT DALAM PEMAKNAAN FOODGRAM***  
**DI INSTAGRAM PADA AKUN @KULINERSBY**  
**SKRIPSI**



**Disusun Oleh:**

**ANINDITA AURORA SALSABILA**

**NRP : 1423022113**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**SURABAYA**  
**2025**

***IMPRESSION MANAGEMENT DALAM PEMAKNAAN FOODGRAM  
DI INSTAGRAM PADA AKUN @KULINERSBY***

**Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi**

**Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**



**Disusun Oleh:**

**ANINDITA AURORA SALSABILA**

**NRP : 1423022113**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA**

**2025**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Anindita Aurora Salsabila

NRP : 1423022113

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa penelitian yang saya tulis dengan berjudul ***"Impression Management dalam pemaknaan foodgram di instagram pada akun @kulinersby"*** adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan dan referensi dari karya pihak lain telah saya tulis dengan mencantumkan sumbernya. Apabila kemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela hasil tugas ini dicabut.

Surabaya, 9 Desember 2025

Penulis



Anindita Aurora Salsabila

NRP. 1423022113

**HALAMAN PERSETUJUAN**  
**SKRIPSI**

***IMPRESSION MANAGEMENT DALAM PEMAKNAAN FOODGRAM***  
**DI INSTAGRAM PADA AKUN @KULINERSBY**

Oleh:

Anindita Aurora Salsabila

NRP : 1423022113

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing Skripsi untuk diajukan ke tim penguji.

Pembimbing 1: Merlina Maria Barbara Apul, S.I.Kom., M.A.

NIDN. 0706069204



(.....)

Pembimbing 2: Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si..

NIDN. 0726126602



(.....)

Surabaya, 9 Desember 2025

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan  
diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Komunikasi  
pada : Selasa, 9 Desember 2025

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dekan,  
Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.

NIDN: 0719078401

Dewan Penguji:

1. Ketua: Dr. Anastasia Yuni Widyaningrum, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)

NIDN: 0701067803

2. Sekretaris: Merlina Maria Barbara Apul, S.I.Kom., M.A. (.....)

NIDN: 0706069204

3. Anggota: Putra Aditya Lapalelo, S.I.Kom., M.Med.Kom. (.....)

NIDN: 0731039501

4. Anggota: Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si. (.....)

NIDN: 0726126602

### HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Anindita Aurora Salsabila

NRP : 1423022113

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyetujui Skripsi saya, dengan judul:

***IMPRESSION MANAGEMENT DALAM PEMAKNAAN FOODGRAM DI INSTAGRAM PADA AKUN @KULINERSBY***

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi skripsi ini saya buat dengan sebenarnya

Surabaya, 9 Desember 2025

Yang menyatakan,



Anindita Aurora Salsabila

NRP. 1423022113

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini peneliti ingin memberi hormat, puji dan syukur yang tak terhingga peneliti panjatkan kepada Allah swt karena atas berkat dan rahmat- Nya, peneliti dapat menyelesaikan Penulisan Proposal Komunikasi yang berjudul “*Impression Management* dalam Pemaknaan Foodgram di Instagram pada Akun @kulinersby”. Tidak lupa juga akan dukungan yang diberikan oleh kedua orang tua, saudara atau saudari, serta sahabat dan teman- teman yang turut memberikan dukungan ketika peneliti menyelesaikan Penulisan Proposal Komunikasi ini.

Kepada dosen pembimbing mata kuliah skripsi yaitu Bu Merlin, yang telah dengan sabar menuntun dan mengarahkan peneliti dalam mencapai hasil yang memuaskan. Kepada Dekan, Wakil Dekan, serta jajaran dosen yang juga telah mengajar peneliti selama masa kuliah di Fakultas Ilmu Komunikasi sampai pada tahap ini. Kepada Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang sudah menjadi tempat dimana peneliti menimba ilmu dan pengetahuan dengan suasana yang nyaman. Terima kasih, semoga penelitian yang dilakukan oleh peneliti dapat bermanfaat bagi pembaca, Terimakasih.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti haturkan kepada hadirat Allah SWT, karena dengan kasih dan penyertaan-Nya penulis dimampukan untuk menyelesaikan Skripsi berjudul “*Impression Management* dalam Pemaknaan Foodgram di Instagram pada Akun @kulinersby” dengan tepat dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Proposal ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.). Dalam proses pengerjaan hingga terselesaikannya proposal ini, penulis mendapatkan banyak bantuan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Allah SWT, karena berkat, rahmat dan penyertaan-Nya saja, peneliti mampu menyelesaikan proposal dengan baik.
2. Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom, Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
3. Ibu Merlina Maria Barbara Apul. S.I.Kom., M.A. selaku dosen pembimbing mata kuliah Penulisan Proposal Komunikasi telah membimbing, membantu, mengarahkan, dan mendukung peneliti dalam proses pengerjaan penulisan proposal ini.
4. Bapak Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan wawasan, arahan, dan masukan yang sangat berarti dalam penyempurnaan isi proposal ini.
5. Kedua orang tua, Mama (Yuli Cahyani) dan Papa (Suyitno) yang selalu mendukung, serta memotivasi peneliti untuk terus tekun dalam menjalankan dan menyelesaikan

kuliah. Terima kasih juga karena tidak pernah menuntut penulis dalam berkarya.

6. Kakak yang selalu mendukung adik (Archidita Nur Yasmin) yang selalu memberikan dukungan melalui peralatan kuliah yang dibutuhkan dan ikut serta membiayai biaya perkuliahan peneliti.
7. Sahabat-sahabat terbaik, Dena, Lita, Rebecca, Yudhis, Valen, Ayos, Carissa yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan keceriaan selama proses penyusunan proposal ini.
8. Adyatma, yang telah menemani, memberi dukungan, dan menjadi sumber semangat dalam menyelesaikan proposal ini.
9. Seluruh rekan, sahabat, serta rekan-rekan yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, terima kasih banyak atas dukungan, kerja sama, dan doanya.

## DAFTAR ISI

|                                                                            |     |
|----------------------------------------------------------------------------|-----|
| SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....                                        | ii  |
| HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....                                           | iii |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                                                   | iv  |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....                           | v   |
| HALAMAN PERSEMBAHAN.....                                                   | vi  |
| KATA PENGANTAR.....                                                        | vii |
| DAFTAR ISI .....                                                           | ix  |
| ABSTRAK .....                                                              | xi  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                                                      | xii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                                     | 1   |
| I.1 Rumusan Masalah .....                                                  | 12  |
| I.2 Tujuan Penelitian .....                                                | 13  |
| I.3 Batasan Masalah.....                                                   | 13  |
| I.4 Manfaat Penelitian.....                                                | 13  |
| I.4.1 Bagi Akademisi dan Peneliti .....                                    | 13  |
| I.5 Manfaat Praktis .....                                                  | 14  |
| I.5.1 Manfaat Sosial.....                                                  | 14  |
| BAB II KAJIAN TEORI .....                                                  | 15  |
| II.1 Penelitian Terdahulu .....                                            | 15  |
| II.2 Kajian Teori.....                                                     | 24  |
| II.2.1 Instagram dan Upaya Impression Manajemen Pada Akun @kulinersby..... | 28  |
| II.2.2 Fenomenologi .....                                                  | 31  |
| II.3. Nisbah Antar Konsep .....                                            | 32  |
| II.4. Kerangka Konseptual.....                                             | 34  |
| BAB III METODE PENELITIAN.....                                             | 35  |
| III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....                                 | 35  |
| III.2 Metode .....                                                         | 36  |
| III.3 Subjek dan Objek Penelitian.....                                     | 37  |
| III.4 Unit Analisis .....                                                  | 39  |
| III.5 Teknik Pengumpulan Data.....                                         | 40  |
| III.6 Teknik Analisis Data .....                                           | 41  |

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| III.7. Teknik Triangulasi Data.....                                                                               | 43 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....                                                                       | 44 |
| IV.1 Gambaran Subjek Penelitian.....                                                                              | 44 |
| IV.1.1 Profil Informan.....                                                                                       | 45 |
| IV.2 Hasil Penelitian dan pengarahan .....                                                                        | 48 |
| IV.2.1 Front Stage dalam Pengelolaan Kesan Akun @kulinersby.....                                                  | 50 |
| IV.2.2 Pengalaman Visual sebagai Kesan Pertama dan Representasi Diri .....                                        | 54 |
| IV.2.3 Pengalaman Syafira dalam Menampilkan Diri di Ruang Publik Digital.....                                     | 56 |
| IV.2.4 Pengalaman Naratif dalam Membangun Kedekatan dan Suasana Positif .....                                     | 58 |
| IV.2.5 Pemaknaan Syafira atas Proses di Balik Layar dalam Mengelola Identitas melalui Instagram @kulinersby ..... | 59 |
| IV.2.6 Strategi Impression Management pada Akun @kulinersby.....                                                  | 76 |
| BAB V KESIMPULAN.....                                                                                             | 88 |
| V2 Saran .....                                                                                                    | 89 |
| V3 Saran Akademis.....                                                                                            | 89 |
| V4 Saran Sosial .....                                                                                             | 91 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                                                                               | 93 |
| BUKU.....                                                                                                         | 96 |
| LAMPIRAN .....                                                                                                    | 97 |

## ABSTRAK

**Anindita Aurora Salsabila.1423022113. *IMPRESSION MANAGEMENT DALAM PEMAKNAAN FOODGRAM DI INSTAGRAM PADA AKUN @KULINERSBY***

Fenomena berkembangnya *foodgram* di media sosial menjadikan Instagram sebagai arena representasi diri yang menuntut pengelolaan citra secara strategis, termasuk bagi kreator kuliner @kulinersby yang dikelola oleh Syafira. Penelitian ini bertujuan menelaah bagaimana Syafira memaknai peran, praktik produksi konten, dan strategi pengelolaan Kesan sebagai fondasi dinamika *impression management* yang dijalkannya. Berlandaskan teori dramaturgi Erving Goffman dan pendekatan fenomenologi, serta memanfaatkan wawancara mendalam, observasi akun, dan dokumentasi, penelitian menunjukkan bahwa pemaknaan subjektif narasumber terhadap dirinya sebagai kreator kuliner membentuk orientasinya dalam menampilkan citra profesional, natural, dan koheren pada front stage, sementara back stage mengungkap pengalaman emosional, tekanan sosial, dan pertimbangan etis yang tidak diekspos kepada publik. Temuan tersebut menegaskan bahwa *impression management* pada akun @kulinersby tidak hanya berfungsi sebagai strategi komunikasi, tetapi merupakan proses pemaknaan diri yang bersifat refleksif, dinamis, dan terus dinegosiasikan dalam konteks tuntutan performatif media sosial. Elemen dramaturgi Goffman tampak dalam konsistensi *setting* visual, *appearance* sebagai reviewer yang kredibel, dan *manner* dalam membangun kedekatan dengan audiens. Secara keseluruhan, *impression management* pada akun @kulinersby bukan hanya strategi komunikasi, tetapi proses pemaknaan diri yang refleksif dan terus dinegosiasikan dalam tuntutan performatif media sosial.

**Kata kunci : Fenomenologi, Dramaturgi, Impression Management, Front Stage, Back Stage, Representasi Diri, Foodgram.**

## ***ABSTRACT***

**Anindita Aurora Salsabila.1423022113. *IMPRESSION MANAGEMENT DALAM PEMAKNAAN FOODGRAM DI INSTAGRAM PADA AKUN @KULINERSBY***

*The phenomenon of the growing foodgram culture on social media positions Instagram as a space of self-representation that demands strategic image management, including for the culinary creator behind @kulinersby, Syafira. This study aims to examine how Syafira interprets her role, content production practices, and impression-management strategies as the foundation of the dramaturgical dynamics she performs. Drawing on Erving Goffman's dramaturgy theory and a phenomenological approach, and employing in-depth interviews, account observation, and documentation, the study reveals that the subject's subjective self-interpretation as a culinary creator shapes her orientation in presenting a professional, natural, and coherent image on the front stage, while the back stage uncovers emotional experiences, social pressures, and ethical considerations that remain unseen by the public. These findings affirm that impression management on the @kulinersby account is not merely a communication strategy but a reflective, dynamic, and continuously negotiated process of self-meaning-making within the performative demands of social media. The dramaturgical elements of Goffman are reflected in the consistent visual setting, the appearance constructed as a credible reviewer, and the manner through which closeness with the audience is built. Overall, impression management on the @kulinersby account functions not merely as a communication strategy, but as a reflective and continuously negotiated process of self-meaning-making within the performative demands of social media.*

*Keywords: Phenomenology, Dramaturgy, Impression Management, Front Stage, Back Stage, Self-Representation, Foodgram.*