

ANALISIS *IMPRESSION MANAGEMENT* TENAGA PENGAJAR JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BRAWIJAYA

Araina Isnaini

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya
arainaisna@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Dr. Christin Susilowati, SE., M.Si.

ABSTRAK

Penulisan penelitian bertujuan untuk mengetahui jenis *Impression Management* yang digunakan oleh Tenaga Pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Langkah yang dilakukan adalah melakukan wawancara kepada dosen, mengelompokkan dan menganalisis hasil wawancara untuk mengetahui jenis *impression management* serta bagaimana mengimplementasikannya kepada mahasiswa. Penelitian kualitatif ini termasuk kategori deskriptif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu primer dan sekunder, primer yaitu data dari hasil wawancara dan sekunder data yang berasal dari internet, buku literatur, jurnal, penelitian terhadulu dan sumber lainnya. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan wawancara dan menggunakan metode analisis kualitatif. Hasil dari penelitian ini yaitu dosen S2 lebih dominan pada taktik *ingratiation*, dosen S3 lebih dominan pada taktik *exemplification*, dosen laki-laki lebih dominan pada taktik *ingratiation*, dan dosen perempuan lebih dominan pada taktik *ingratiation* dan *intimidation*.

ABSTRACT

The objective of this research is to determine the type of impression management applied by lecturers in Management Department, Faculty of Economics and Business, Brawijaya University. The steps taken by the researcher to meet the research objective are interviewing the lecturers and grouping and analyzing the interview results to identify the type of impression management being used, and to identify its implementation to the students. This research uses descriptive method, which, according to Sugiyono (2013), is defined as a method of data analysis by describing the collected data as it is without the intention of making conclusions that apply publicly or generally. The primary data of this research were obtained from interviews, and the secondary data were obtained from the internet, books, journals, previous researches, and other sources. The result of this research is lecturer with master's degree more dominant in ingratiation tactics, lecturer with PhD's degree is more dominant in exemplification tactics. In addition, male lecturers are more dominant in ingratiation tactics and female lecturers are more dominant in ingratiation and intimidation tactics.

Kata Kunci: *Impression Management, Self-Promotion, Ingratiation, Exemplification, Intimidation, Supplication.*

Jasa pada umumnya didefinisikan sebagai sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Simultan yang dimaksud adalah secara bersamaan atau dalam waktu yang sama. Wujud suatu jasa tidak pernah ada namun hasilnya dapat dilihat dan dirasakan setelah terjadi (Prasetya & Lukiastruti, Manajemen Operasi, 2009). Di Indonesia, jasa memainkan peran yang semakin penting dalam ketenagakerjaan sejak terjadinya krisis keuangan Asia. Sejak pertengahan tahun 2000-an, bidang jasa lebih banyak menyediakan pekerjaan dibanding sektor-sektor lainnya. Pernyataan ini selaras dengan publikasi hasil riset yang dilakukan oleh ILO (2010) yang menunjukkan bahwa nilai output di sektor jasa meningkat dua kali lipat dari nilai output yang dihasilkan pada sektor pertanian, manufaktur dan pertambangan pada tahun 2000-an.

Dalam perekonomian global, potensi menaikkan daya saing dan rantai nilai Indonesia dapat dilakukan melalui sektor jasa. Terdapat dua faktor yang dapat mendukung sektor jasa, yaitu faktor eksternal dan faktor

internal. Faktor eksternal didukung salah satunya melalui mempermudah akses finansial terhadap siapapun yang berniat untuk mengembangkan bisnis di sektor jasa. Sedangkan untuk faktor internal melalui

Disisi lain, dukungan internal juga diperlukan bagi perkembangan tiap organisasi pada sektor jasa. Dukungan internal tersebut salah satunya adalah hubungan intraorganisasi. Hubungan intraorganisasi dalam konteks hubungan antar karyawan di dalam organisasi. Hasil studi oleh McKenna dan Thomson (2015) menunjukkan bahwa salah satu penunjang dalam suksesnya berhubungan antar rekan kerja dengan mengimplementasikan *Impression Management*. Lebih lanjut mengenai pengelolaan kesan (*Impression Management*), Mulyana (2007) berpendapat bahwa teori ini menjelaskan tentang suatu usaha yang dilakukan oleh seorang individu dalam menciptakan kesan atau persepsi tertentu atas dirinya di hadapan khalayak.

Sebagian besar studi mengenai *Impression Management* yang diteliti berkaitan dengan karyawan pada

perusahaan. Pada dasarnya, *Impression Management* bisa diterapkan dimana dan siapa saja termasuk di organisasi jasa di bidang pendidikan. Organisasi jasa dalam bidang pendidikan yang mengalami masa pertumbuhan salah satunya adalah universitas. Universitas memiliki dua peran utama yang mempengaruhi kualitas pada klasifikasi dan pemeringkatan perguruan tinggi. Dua peran ini dipegang oleh dosen dan mahasiswa. Dalam pendidikan di perguruan tinggi, salah satu kegiatan yang melibatkan dosen dan mahasiswa adalah proses perkuliahan. Dosen dalam memberikan proses perkuliahan bisa melalui pemberian materi, diskusi dan kegiatan yang lain-lain. Dalam proses perkuliahan tidak cukup dalam hanya *how to give* tetapi juga ada *feedback*. Setiap *feedback* yang direspon dan bagus sebaiknya diberikan *appreciate* atau penghargaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Gwal (2015) yang menyatakan bahwa salah satu faktor yang sering digunakan untuk menjaga hubungan baik adalah dengan mengimplementasikan *Impression*

Management. Indikator yang dimaksud adalah *ingratiation* dengan perilaku “memberikan penghargaan atas pencapaian atau prestasi orang lain”. Hal ini yang mendasari pentingnya penerapan *Impression Management* sehingga peneliti memutuskan melakukan penelitian yang berjudul “Analisis *Impression Management* Tenaga Pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang”.

LANDASAN TEORI

Pelayanan Jasa

Pelayanan

Pengertian pelayanan menurut Tangkilisan (2007) adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Sedangkan, pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) ialah usaha melayani kebutuhan orang lain. Kesimpulan yang muncul dari pernyataan diatas mengenai pengertian pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan orang lain dengan melayani secara langsung.

Proses pelayanan yang memiliki empat (4) unsur penting yang mendukung terjadinya proses pelayanan tersebut. Empat (4) hal tersebut menurut Barata (2003) adalah pihak penyedia layanan, pihak yang membutuhkan layanan dan jenis atau bentuk layanan.

1. Penyedia layanan (*service provider*),
2. Pihak yang membutuhkan layanan,
3. Jenis layanan,
4. Kepuasan pelanggan.

Jasa

Kotler & Keller (2012), jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Jasa terdiri dari tindakan disertai dengan interaksi yang merupakan kontak sosial. Jasa lebih dari sekedar hasil sesuatu yang tak terhalang dan jasa merupakan interaksi sosial antara produsen dan konsumen.

Kotler dan Keller (dalam Sudarso, 2016) menjelaskan terdapat

empat (4) sifat atau karakteristik jasa yang dapat diidentifikasi sebagai berikut.

1. *Intangibility*, dikarenakan sifat tidak berwujud dari jasa, jasa dirasakan secara subyektif, dan ketika jasa dideskripsikan oleh pelanggan, ekspresi seperti pengalaman, kepercayaan, perasaan dan keamanan adalah tolak ukur yang dipakai.
2. *Inseparability*, jasa bukanlah benda tetapi jasa merupakan suatu proses dimana produksi dan konsumsi dilakukan secara bersamaan.
3. *Perishability*, sifat ini yang menyatakan tidak mungkin menyimpan jasa seperti barang.
4. *Variability*, karena proses produksi dan penyampaian yang dilakukan oleh manusia bersifat tidak konsisten sehingga penyampaian jasa untuk setiap konsumen atau pelanggan tidak sama.

Impression Management

Impression Management atau pengelolaan kesan ditemukan pertama kali dan dikembangkan oleh *Erving Goffman* pada tahun 1959 yang

dipaparkan dalam bukunya yang berjudul “*The Presentation of Self in Everyday Life*”. Goffman (1959) menyatakan bahwa konsep *Impression Management* sebagai “proses dimana orang-orang dalam situasi sosial mengelola keadaan dan pakaian mereka, kata-kata dan sikap untuk berkorespondensi pada kesan”.

Beberapa alasan yang diungkapkan oleh Gardner dan Martinko (1988) mengenai tinjauan konseptual *Impression Management* dibutuhkan di bidang manajemen.

1. *Impression Management* berpotensi terkait kesuksesan individual dan promotabilitas dalam organisasi.
2. Perilaku *Impression Management* mungkin merupakan mekanisme pengaruh penting bagi para pemimpin dalam menghasilkan dukungan untuk aksi mereka.
3. Sejak banyak perilaku *Impression Management* dilakukan secara sadar dan dapat dikontrol, mereka mewakili unsur repertoar perilaku manajemen yang dapat dimanipulasi untuk mempengaruhi keberhasilan organisasi dan pribadi.

4. Banyak buku berorientasi praktis menyadari pentingnya praktik *Impression Management*. Ulasan ini menyediakan landasan teoritis untuk memahami mekanisme yang mendasari perilaku tampaknya efektif dianjurkan dalam buku-buku populer.

Jika penggambaran perilaku organisasi sebagai realitas sosial dibangun dan dianggap sah, kerangka interpretatif untuk memahami dan menjelaskan perilaku dalam konteks sosial diperlukan. Perilaku *Impression Management* dan penjelasannya mungkin dapat berkontribusi untuk pemahaman yang lebih menyeluruh dari perilaku organisasi dalam konteks sosial yang relevan.

Bolino dan Turnley (1999) mengidentifikasi 5 kelompok teori *Impression Management* yang umumnya digunakan orang-orang. Taksonomi terdiri dari:

1. *Self-promotion* (Mempromosikan Diri): dimana individu menunjukkan prestasi atau kemampuan mereka agar dinilai sebagai seseorang yang kompeten oleh pengamat. Item-item yang menjadi acuan adalah (1)

Membuat orang lain menyadari atas pencapaian prestasi; (2) Menunjukkan tingkat pendidikan atau penghargaan yang diterima; (3) Mempublikasi bakat; (4) Membiarkan orang lain mengetahui reputasi pencapaian di bidang tertentu; (5) Menunjukkan peluang yang diluar pekerjaan saat ini; (6) Membicarakan orang penting yang diketahui; (7) Mencoba untuk menjauhkan diri dari peristiwa yang negatif; (8) Menunjukkan keterlibatan diri dalam peristiwa yang positif; (9) Menunjukkan ketidakterlibatan diri dalam peristiwa yang negatif.

2. *Ingratiation* (Mengambil Hati) : dimana individu melakukan suatu kebaikan atau menggunakan sanjungan untuk memperoleh suatu atribusi mudah disukai dari pengamat. Item-item yang menjadi acuan adalah (1) Memuji pencapaian yang dilakukan orang lain; (2) Melakukan kebaikan kepada orang lain; (3) Menawarkan bantuan dengan sukarela; (4) Memuji penampilan orang lain; (5) Setuju dengan ide

atau keyakinan orang lain; (6) Menunjukkan ketertarikan terhadap hal personal orang lain; (7) Menirukan perilaku atau sikap orang lain; (8) Meluangkan waktu untuk mendengarkan masalah personal orang lain.

3. *Exemplification* (Memberikan Contoh) : dimana seseorang berusaha dianggap sebagai seseorang yang berdedikasi dengan berkinerja diatas rata-rata atau melampaui yang diminta oleh tugas. Item-item yang menjadi acuan adalah (1) Datang bekerja lebih awal; (2) Pulang kerja lebih larut; (3) Mencoba bertindak seperti *model employee*; (4) Mencoba untuk tampil sibuk; (5) Mencoba untuk tampil bekerja secara efisien; (6) Menunjukkan berapa banyak jam kerja tambahan (lembur).

4. *Supplication* (Memohon) : dimana seseorang berusaha dianggap sebagai seseorang yang membutuhkan bantuan karena keterbatasan mereka. (1) Dengan sengaja memperburuk kinerja diri; (2) Menunjukkan ketidakmampuan di bidang

tertentu dengan sengaja; (5) Bersandiwara untuk tidak memahami sesuatu; (6) Meminta bantuan orang lain; (7) Menanyakan banyak pertanyaan; (8) Meremehkan pencapaian diri; (9) Membiarkan orang lain memenangkan argumen; (10) Menyetujui pendapat orang lain walaupun sebenarnya tidak menyetujui.

5. *Intimidation* (Intimidasi) :
dimana seseorang berusaha dipandang sebagai seseorang yang memiliki kekuatan dan mengancam Item-item yang menjadi acuan adalah (1) Marah terhadap orang lain; (2) Merendahkan orang lain; (3) Mengancam orang lain; (4) Menunjukkan kemampuan mengontrol sesuatu agar diwaspadai orang lain; (5) Menghukum orang lain; (6) Mencoba mempermalukan seseorang didepan orang lain; (7) Mencoba tampil untuk susah didekati.

Model ini menyatakan adanya sejumlah *Impression Management*. Namun tidak semua orang

mempraktikkan *Impression Management* dengan cara yang sama. Beberapa orang tidak dapat melihat dengan akurat akan kesan yang mereka buat. Mereka tidak memberikan perhatian atas apa yang mereka katakan, apa yang mereka kenakan, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain (Ivancevich, Konopaske, & Matteson, 2007)

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, karakteristik subjek adalah tenaga Pengajar Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, jenis kelamin laki-laki dan perempuan mengacu pada penelitian terdahulu McKenna dan Thomson (2015) bahwa adanya perbedaan dalam penerapan *impression management* berdasarkan jenis kelamin, serta aktif dalam kegiatan di kantor maupun di luar kantor. Teknik sampling yang digunakan adalah teknik non-probabilitas artinya setiap sample tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Teknik yang dipakai adalah sampling *purposive* yaitu

orang-orang dipilih sengaja dan tertentu sesuai dengan kriteria yang ditetapkan. Penelitian menggunakan metode kualitatif dimana menggunakan pendekatan deskriptif, yaitu mengumpulkan data berupa kata-kata atau kalimat dengan mengajukan pertanyaan seputar “mengapa, bagaimana dan alasan apa”. Fokus penelitian ini yaitu Mengetahui *Impression Management* yang dilakukan oleh dosen dalam proses perkuliahan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. Data yang digunakan merupakan data primer, yaitu data yang diambil langsung dari subjek penelitian atau informan melalui wawancara mendalam yang terstruktur dan data sekunder, yaitu data digunakan untuk mendukung hasil penelitian yang diambil dari literatur, jurnal, dan lain-lain. Pengujian keabsahan data yang digunakan adalah triangulasi sumber. Triangulasi sumber dipilih untuk memperkaya informasi yang didapat melalui wawancara. Hasil wawancara yang diperoleh dari responden akan dikategorikan, dibandingkan, dan dianalisis. Hasilnya akan dijadikan

sebagai informasi apakah yang diterapkan oleh dosen kepada mahasiswa merupakan kesan yang konsisten, tidak konsisten atau berlawanan (Suparno, 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Paparan Data *Impression*

***Management* Tenaga Pengajar**

Jurusan Manajemen Fakultas

Ekonomi dan Bisnis

Self-Promotion

Self-promotion adalah taktik dalam mengkomunikasikan kemampuan dan prestasi untuk mencoba tampil kompeten (Bolino & Turnley, 1999). Dosen mengkomunikasikan kemampuan dan prestasi untuk mempermudah dalam berinteraksi dengan mahasiswa. Interaksi pada proses perkuliahan bisa ditunjukkan dosen dengan menceritakan wawasan mengenai tokoh masyarakat. Hal ini bertujuan untuk memberikan pemahaman mengenai materi yang disampaikan di dalam kelas. Unsur yang diceritakan mengenai tokoh masyarakat adalah filosofinya. Filosofi inilah yang duhubungkan dengan materi proses perkuliahan. Menceritakan tokoh

masyarakat dan dihubungkan dengan materi yang diajarkan merupakan suatu kemampuan yang dikomunikasikan oleh dosen. Berikut adalah petikan wawancara dengan Sigit Pramono, SE., M.Sc:

“biasanya saya lebih suka mencontohkan dari e.. apa namanya tokoh-tokoh yang mereka kenal karena saya percaya bahwa untuk bisa dipahami mereka juga harus punya pemahaman yang sama... saya lebih suka memberikan contoh terhadap orang-orang yang public figure atau orang-orang yang mereka juga paham sehingga nanti mereka juga bisa mengetahui apa maksud saya gitu ya”

Tokoh masyarakat yang menjadi contoh adalah pemain sepak bola yaitu Christian Ronaldo dan Lionel Messi. Apa yang akan diceritakan berkaitan dengan konteks kegigihan dalam meraih sesuatu. Hal ini diceritakan saat mata kuliah *business creativity*.

Ingratiation

Ingratiation adalah taktik yang digunakan untuk memberikan kesan menyenangkan dengan memberikan dukungan dan sanjungan. Salah satu jenis sanjungan

yaitu memuji pencapaian yang dilakukan oleh orang lain. Pencapaian yang dimaksud adalah bagaimana mahasiswa dalam proses mendapatkan nilai akhir dengan melakukan partisipasi di dalam kelas. Partisipasi yang sering dilakukan adalah bertanya. Karena dalam proses menyampaikan materi terkadang terdapat hal yang tidak atau kurang dipahami mahasiswa, maka akan muncul sebuah pertanyaan. Muncul sebuah pertanyaan, mengindikasikan bahwa adanya ketidakseimbangan informasi antara apa yang diberikan oleh dosen dan diterima oleh mahasiswa. Ketika mahasiswa bertanya, dosen akan memberikan umpan balik berupa apresiasi. Apresiasi ini menunjukkan bahwa dosen merasa senang dengan partisipasi mahasiswa. Petikan wawancara berikut oleh Sigit Pramono, SE., M.Sc:

“Gapapa, saya malah lebih senang kalau ada mahasiswa kritis seperti itu. Artinya gini, pertanyaan itu muncul karena asimetri informasi artinya dia tidak punya informasi yang seimbang dengan orang yang ditanya.”

Dosen memberikan apresiasi kepada mahasiswa karena menunjukkan mahasiswa perhatian dengan materi yang disampaikan. Sedangkan dosen akan merasa kurang menyukai kondisi kelas yang hanya menyetujui karena bisa saja apa yang disampaikan oleh dosen merupakan materi atau informasi yang salah. Dosen menekan bahwa lebih bertanya mengenai hal kecil untuk menambahkan pengetahuan dan pemahaman mengenai materi daripada hanya pasif di kelas.

Exemplification

Exemplification adalah taktik dimana individu mencoba tampil berdedikasi melalui usaha yang diberikan lebih atau lebih baik. Usaha yang diberikan dengan bertindak sebagai *model employee*. *Model employee* adalah individu yang berinisiatif dalam berorganisasi dan mengerjakan tugasnya dengan baik. Dosen melakukan usaha yang lebih atau lebih baik diwujudkan dalam bentuk inisiatif. Perilaku inisiatif ini diterapkan dalam proses perkuliahan. Sebagai contoh, dosen berinisiatif untuk melakukan pendekatan kepada mahasiswa dalam proses perkuliahan.

Dengan langkah ini, dosen mampu mencegah mahasiswa untuk melakukan pelanggaran yang berulang. Kutipan wawancara dengan Dr. Sudjatno, SE., MS:

“Selama saya mengajar tidak ada... karena ada pendekatan, kalau terjadi pelanggaran berkali-kali itu berarti tidak ada komunikasi antara dosen dengan mahasiswa kan gitu ya..”

Bentuk pendekatan yang dilakukan oleh dosen adalah komunikasi. Bagaimana pendekatan ini disalurkan melalui kesepakatan pada kontrak perkuliahan. Dosen menjelaskan kontrak perkuliahan, jika ada yang dirasa memberatkan maka mahasiswa bisa mengoisasikan hal tersebut. Ketika telah terjadi kesepakatan dapat diartikan kontrak perkuliahan merupakan *win-win solution*. Kontrak perkuliahan menguntungkan kedua pihak, baik dosen dan mahasiswa. Sehingga mahasiswa semaksimal mungkin untuk tidak melanggar kontrak perkuliahan yang telah disetujui.

Intimidation

Intimidation adalah taktik dimana individu memberikan isyarat

atas kekuasaan atau potensinya untuk menghukum. Dosen memberikan hukuman kepada mahasiswa yang melakukan pelanggaran. Hukuman yang diberikan adalah pernyataan marah. Dosen memarahi mahasiswa akibat mahasiswa hanya mengerjakan tugas sekadarnya saja. Padahal tugas yang diberikan untuk meningkatkan pemahaman mahasiswa dalam materi pada pertemuan proses perkuliahan mendatang. Dosen memarahi mahasiswa bukan untuk menunjukkan kebenciannya. Justru dengan marah, dosen menunjukkan kasih sayang agar mahasiswa mau memperbaiki kebiasaan yang buruk. Memang kebiasaan buruk tidak akan berubah dengan cepat. Hanya saja mahasiswa akan lebih waspada dalam mengikuti arahan untuk mengerjakan tugas yang diberikan selanjutnya. Seperti yang disampaikan oleh Dr. Mintarti Rahayu, SE., MS., MS:

“Itu aja tapi kalau punishment-nya itu yang mungkin apa saya perlu lebih.. lebih keras gitu ya karena kecenderungannya ya karena pembawaan saya ya mereka ada yang menganggap ah gapapa tapi ya punishment-nya sekedar saya marahin.”

Namun dosen merasa kurang keras dalam memberikan *punishment* karena pembawaan diri yang terlihat seperti tidak marah. Sehingga dosen memberikan peringatan setiap kali mahasiswa melakukan pelanggaran. Jika dibiarkan, mahasiswa merasa hal yang dilakukan tidak diawasi. Mengapa dosen menunjukkan kemarahan adalah untuk mengkondisikan mahasiswa selalu disiplin dalam proses perkuliahan.

Hasil Simpulan

Simpulan Hasil Tingkat

Pendidikan Strata-2 (S2)

Beberapa taktik diterapkan oleh dosen S2 dalam proses perkuliahan sebagai respon terhadap mahasiswa. Taktik yang digunakan disesuaikan dengan kondisi yang dihadapi. Sehingga bagaimana penanaman kesan pada mahasiswa dilakukan secara tepat. Hasil matriks penggunaan IM pada dosen S2 menunjukkan sikap dan perilaku yang lebih terbuka terhadap mahasiswa. Sikap dan perilaku terbuka ini diwujudkan dalam bentuk tindakan dosen yang dengan senang hati untuk diajak mendiskusikan hal-hal yang berhubungan dengan

masalah personal mahasiswa. Selain itu, dosen juga memberikan sanjungan. Sanjungan yang direalisasikan dalam bentuk apresiasi atas partisipasi positif mahasiswa saat proses perkuliahan. Serta, dosen melakukan dukungan dengan toleran terhadap mahasiswa yang ingin istirahat di kelas untuk me-*refresh* otak agar fokus kembali dalam proses perkuliahan sehingga maksimal dalam memahami materi yang diberikan.

Lebih detail mengenai perbedaan taktik IM pada dosen laki-laki S2 dan dosen perempuan S2. Dosen laki-laki dalam menerapkan taktik IM mendominasi pada perilaku meluangkan waktu untuk masalah personal mahasiswa. Sedangkan untuk dosen perempuan dalam menerapkan taktik IM mendominasi dengan bagaimana memberikan apresiasi untuk mahasiswa yang berpartisipasi, dukungan sebagai memotivasi belajar, dan memberikan evaluasi mahasiswa.

Dalam proses perkuliahan, dosen S2 lebih terfokus untuk membangkitkan motivasi belajar melalui dukungan dan sanjungan,

sehingga simpulan dari hasil analisis adalah dosen S2 lebih dominan menggunakan taktik *ingratiation* dalam proses perkuliahan. Sedangkan untuk perbedaan dosen berdasarkan jenis kelamin, yaitu dosen laki-laki lebih dominan dalam menggunakan taktik *ingratiation* dan dosen perempuan lebih dominan kepada taktik *ingratiation* dan *intimidation*.

Simpulan Hasil Tingkat

Pendidikan Strata-3 (S3)

Bagaimana penerapan taktik IM dosen S3 memfokuskan bagaimana untuk memberikan usaha yang lebih atau lebih baik. Usaha yang diberikan dalam bentuk tindakan untuk mencegah mahasiswa melakukan pelanggaran yang berulang-ulang. Tindakan mencegah diwujudkan dengan metode pendekatan. Pendekatan ini melalui komunikasi antar dosen dan mahasiswa. Selain itu, dosen juga mengajak mahasiswa untuk me-*manage* waktu yang dimiliki agar digunakan untuk mencapai tujuan atau target. Dosen mengajarkan kepada mahasiswa untuk merencanakan apa yang akan dilakukan dan mengevaluasi atas apa

yang telah dilakukan. Serta berinisiatif dalam memicu mahasiswa lebih aktif berpartisipasi saat proses perkuliahan.

Jika dilihat dari sisi *gender*, dosen laki-laki mengkomunikasikan prestasi dan kemampuan dengan menceritakan perjalanan karir saat perkenalan diri di kelas, memberikan dukungan dalam membantu mahasiswa mengenai masalah personal, meningkatkan usahanya yang lebih dalam mencegah pelanggaran mahasiswa dan memberikan hukuman bagi mahasiswa untuk efek jera serta evaluasi.

Dosen perempuan mengingatkan mahasiswa mengenai kehadiran dalam proses perkuliahan, memberikan apresiasi bagi mahasiswa yang berpartisipasi di kelas, bekerja secara efisien, dan memberikan *punishment* sebagai bentuk peringatan dan evaluasi mahasiswa.

Dapat disimpulkan bahwa dosen S3 dalam proses perkuliahan fokus terhadap indikator *exemplification*. Lebih lanjut, perbedaan dosen laki-laki lebih

merata dalam menerapkan taktik *self-promotion*, *ingratiation*, *exemplification*, dan *intimidation*. Sedangkan dosen perempuan terlibat dalam taktik *ingratiation*, *exemplification*, dan *intimidation*.

Perbedaan IM Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin Secara Umum

Berdasarkan tingkat pendidikan, dosen S2 lebih dominan terhadap bagaimana cara untuk memberikan dukungan dan apresiasi untuk meningkatkan motivasi mahasiswa dalam proses perkuliahan yaitu taktik *ingratiation*. Sedangkan dosen S3 lebih dominan menerapkan usaha yang lebih atau lebih baik untuk mendedikasikan kemampuannya kepada mahasiswa yang disebut taktik *exemplification*.

Berdasarkan *gender*, dosen laki-laki lebih dominan dalam menerapkan taktik *ingratiation* dalam proses perkuliahan. Sedangkan dosen perempuan lebih dominan terlibat dalam menerapkan taktik *ingratiation* dan *intimidation*.

KESIMPULAN

1. Berdasarkan Tingkat Pendidikan Strata-2 (S2)
 - a. Dosen S2 lebih dominan menerapkan taktik *ingratiation*,
 - b. Dosen laki-laki lebih dominan menerapkan taktik *ingratiation*, serta
 - c. Dosen perempuan lebih dominan menerapkan taktik *ingratiation* dan *exemplification*.
2. Berdasarkan Tingkat Pendidikan Strata-3 (S3)
 - a. Dosen S3 lebih dominan menerapkan taktik *exemplification*,
 - b. Dosen laki-laki merata dalam menerapkan taktik *self-promotion*, *ingratiation*, *exemplification*, dan *intimidation*, serta
 - c. Dosen perempuan terlibat dalam menerapkan taktik *ingratiation*, *exemplification*, dan *intimidation*.
3. Perbedaan IM Berdasarkan Tingkat Pendidikan dan Jenis Kelamin Secara Umum.

- a. Dosen S2 lebih dominan pada taktik *ingratiation*,
- b. Dosen S3 lebih dominan pada taktik *exemplification*,
- c. Dosen laki-laki lebih dominan pada taktik *ingratiation*,
- d. Dosen perempuan lebih dominan pada taktik *ingratiation* dan *intimidation*

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, A. A. (2003). *Pelayanan Prima*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (1999). Measuring Impression Management in Organizations: A Scale Development Based on the Jones and Pittman Taxonomy. *Sage Publications, Inc* , 187-206.
- Gardner, W. L., & Martinko, M. J. (1988). Impression Management in Organization. *Journal of Management* , 321-338.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondworth: Penguin.
- Gwal, D. R. (2015). Tactics of Impression Management: Relative Success on Workplace Relationship. *The International*

- Journal of Indian Psychology* , 37-44.
- KBBI. (2016). Retrieved 7 17, 2017, from KBBI: <http://kbbi.web.id/ajar>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- McKenna, N., & Thomson, D. (2015). IMPRESSION MANAGEMENT TACTICS USED BY WOMEN AND MEN IN THE WORKPLACE: ARE THEY REALLY DIFFERENT? *Proceedings of INTCESS15- 2nd International Conference on Education and Social Sciences* , 1334-1346.
- Mulyana, D., & Salatun. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi: Paradigma Contoh-Contoh Penelitian Kualitatif Dengan Pendekatan Praktis*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Norman, R. (1991). *Service Management: Strategy and Leadership in Service Business*. Brisbane: Jacaranda and Sons.
- Prasetya, H., & Lukiastuti, F. (2009). *Manajemen Operasi*. Jakarta : PT Buku Kita.
- Prasetya, H., & Lukiastuti, F. (2009). *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT BUKU KITA.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suparno, P. (2008). *Riset Tindakan Untuk Pendidik*. Jakarta: PT Grasindo.
- Tangkilisan, H. N. (2007). *Manajemen Publik*. Jakarta: PT Grasindo.