

**IMPRESSION MANAGEMENT DEDDY CORBUZIER DALAM  
PERTANDINGAN CATUR “DEWA\_KIPAS VS IRENE SUKANDAR”**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

**Bernardhinus Angky Wisnu Adji**

**17.96.0306**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA  
2022**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**IMPRESSION MANAGEMENT DEDDY CORBUZIER DALAM  
PERTANDINGAN “DEWA\_KIPAS VS IRENE SUKANDAR”**

Yang ditulis dan disusun oleh:

**BERNARDHINUS ANGKY WISNU ADJI  
17.96.0306**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
Pada tanggal 16 Februari 2022

Dosen Pembimbing,



**Deani Prionazvi Rhizky, M.I.Kom**  
**190302447**

# PENGESAHAN

## SKRIPSI

### ***IMPRESSION MANAGEMENT* DEDDY CORBUZIER DALAM PERTANDINGAN CATUR “DEWA\_KIPAS VS IRENE SUKANDAR”**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Bernardhinus Angky Wisnu Adji 17.96.0306**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 17 Maret 2022

#### **Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Deani Prionazvi Rhizky, S.S.T., M.I.Kom**  
NIK. 190302035

**Angga Intueri Mahendra P., S.Sos, M.I.Kom.**  
NIK. 190302447

**Nurfian Yudhistira, S.I.Kom, M.A.**  
NIK. 190302435

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Tanggal 19 Maret 2022

**DEKAN FAKULTASEKONOMI & SOSIAL**

**Emha Taufiq Luthfi, ST, M.Kom**  
NIK. 190302125

### PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya tulisan asli dari saya sendiri, dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh siapapun untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun. Saya juga menjamin bahwa tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis maupun diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab saya pribadi dan saya menjami originalitas dari skripsi ini.

Yogyakarta, 15 Februari 2022



**Bernardhinus Angky Wisnu Adji**  
17.96.0306

## **MOTTO**

*“Ignore all the pain and sufferings, just keep moving forward”*

*“Greatest victory is that which requires no battle”*

*“Words are sharper than swords”*

*“Hesitation is defeat”*

*“Appear weak when you are strong, and strong when you are weak”*



## KATA PENGANTAR


Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karuniaNya yang melimpah, sehingga pembuatan penelitian Skripsi ini dapat terselesaikan dengan lancar. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana Strata-1 (S1) program studi Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan laporan magang ini, tentu tak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Maka penulis ucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu. Pihak-pihak yang terkait itu di antaranya sebagai berikut:

1. Keluarga, orang tua dan saudara sudari saya
2. Bapak M. Suyanto, Prof. Dr, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Seluruh dosen prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Erik Hadi Saputra, S. Kom, M. Eng selaku kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta
5. Bapak Deani Prionazvi Rhizky, M.I.Kom selaku dosen pembimbing.
6. Ibu Stara Asrita, S.I.Kom, M.A. selaku dosen wali prodi Ilmu Komunikasi 2017
7. Para teman-teman prodi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan, tapi penulis sudah berusaha sebaik mungkin. Sekali lagi terima kasih. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 15 Februari 2022



Bernardhinus Angky Wisnu Adji

## DAFTAR ISI

COVER JUDUL .....	i
PERSETUJUAN .....	ii
PENGESAHAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iv
MOTTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
INTISARI .....	xi
<i>ABSTRACT</i> .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	12
1.5 Batasan Masalah .....	12
BAB II. LANDASAN TEORI .....	13
2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
2.2 Tinjauan Pustaka .....	17
2.2.4 Impression Management Jones & Pittman .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	23
3.1 Metodologi Penelitian .....	23
3.2 Subjek dan Objek Penelitian .....	24
3.1.1 Subjek Penelitian .....	24
3.2.2 Objek Penelitian .....	28
3.3 Paradigma Penelitian .....	28

3.4 Instrumen Penelitian .....	29
3.4.1 Sumber Data.....	30
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Uji Validitas Data .....	34
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Hasil .....	34
4.1.1 Sifat Asli Deddy Corbuzier.....	34
4.1.2 Impression Management Deddy Corbuzier dalam Pertandingan “Dewa Kipas VS Irene Sukandar .....	36
4.2 Analisis Data .....	58
4.3 Pembahasan.....	60
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	70
5.2.1 Saran Teoritis .....	70
5.2.1 Saran Praktis.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>71</b>
<b>LAPMIRAN.....</b>	<b>74</b>
Lampiran Ujian Pendadaran.....	74



## DAFTAR TABEL

2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Strategi & Indikator Presentasi Diri.....	24
4.1 Tabel Temuan Data.....	62



## DAFTAR GAMBAR

1.1 Jumlah Pengguna YouTube di Dunia .....	2
1.2 Objek Penelitian.....	4
1.3 Rekor Penonton Catur Dewa_Kipas VS Irene.....	5
1.4 Ranking Pertandingan Dewa_Kipas VS Irene Sukandar.....	7
1.5 Penjualan Catur Meningkat .....	8
3.1 Konten Close The Door .....	26
3.2 Konten SOMASI.....	27
3.3 Model Analisis Miles & Huberman .....	32
4.1 Deddy dan Azka Corbuzier.....	35
4.2 Tindakan <i>Favor Doing</i> .....	37
4.3 Tindakan <i>Favor Doing 2</i> .....	38
4.4 Tindakan <i>Favor Doing 3</i> .....	39
4.5 Tindakan <i>Other Enchancement</i> .....	40
4.6 Tindakan <i>Other Enchancement 2</i> .....	41
4.7 Tindakan <i>Self Enchancement</i> .....	42
4.8 Tindakan <i>Opinion Conformities</i> .....	43
4.9 Tindakan <i>Opinion Conformities 2</i> .....	44
4.10 Tindakan <i>Threats</i> .....	45
4.11 Tindakan <i>Anger</i> .....	46
4.12 Tindakan <i>Anger 2</i> .....	47
4.13 Tindakan <i>Performance Claims</i> .....	48
4.14 Tindakan <i>Performance Claims 2</i> .....	49
4.15 Tindakan <i>Performance Accounts</i> .....	50
4.16 Tindakan <i>Performance Accounts 2</i> .....	51
4.17 Tindakan <i>Self Denial</i> .....	52
4.18 Tindakan <i>Helping</i> .....	53
4.19 Tindakan <i>Helping 2</i> .....	54
4.20 Tindakan <i>Militancy</i> .....	55
4.21 Tindakan <i>Militancy 2</i> .....	56
4.22 Tindakan <i>Entreaties For Help</i> .....	57
4.23 Mantan Produser Deddy Corbuzier .....	63

## INTISARI

*Impression management* sangat umum digunakan pada saat ini untuk berbagai tujuan tertentu, terutama pengelolaan kesan yang dilakukan melalui new media seperti YouTube misalnya. Pengelolaan kesan ini dapat dilakukan oleh siapa saja, termasuk tokoh publik seperti Deddy Corbuzier. Namanya jadi sorotan publik ketika ia menjadi penengah sekaligus penyelenggara pertandingan catur “Dewa\_Kipas VS Irene Sukandar” pada bulan Maret 2021 lalu. Penelitian ini dilakukan guna menganalisis pengelolaan kesan oleh Deddy Corbuzier melalui media channel YouTube miliknya dalam menyelenggarakan pertandingan “Dewa\_Kipas VS Irene Sukandar”.

Metode analisis isi kualitatif deskriptif digunakan untuk menganalisis lima video unggahan pada channel Deddy Corbuzier yang berkaitan dengan pertandingan catur tersebut. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat melihat bagaimana *impression management* yang ia lakukan selama periode pertandingan. Penelitian ini menemukan bahwa Deddy Corbuzier menggunakan semua taktik milik Jones & Pittman (1982), namun tidak pada semua tindakan dalam taktik tersebut. Sedangkan taktik yang paling sering digunakan adalah *ingratiation* dan *self promotion*, karena kedua taktik tersebut merupakan perpaduan terbaik untuk membuat dirinya nampak menarik, baik hati, cerdas dan kompeten sebagai seorang tokoh publik di mata para penonton channel YouTube-nya.

Kata kunci: New Media, Deddy Corbuzier, Dewa\_Kipas, Irene Sukandar, Impression Management Abstract

## ABSTRACT

*Impression management is very commonly used today for various specific purposes, especially impression management which is done through new media such as YouTube for example. Anyone can do impression management, including public figures like Deddy Corbuzier. His name was in the public spotlight when he became the mediator and organizer of the "Dewa\_Kipas VS Irene Sukandar" chess match in March 2021. This research purposed to analyze Deddy Corbuzier's impression management through his YouTube channel in organizing the "Dewa\_Kipas VS Irene Sukandar" match.*

*Descriptive qualitative analysis method was used to analyze five of uploaded videos on the Deddy Corbuzier's channel related to the chess match. This is done so that the researcher can see how the impression management he did during the match period. This study found that Deddy Corbuzier used all of Jones & Pittman's (1982) tactics, but not all of the actions in these tactics. While the tactics that are most often used are ingratiation and self promotion, because these two tactics are the best combination to make him look attractive, kind, intelligent and competent as a public figure in the front of the viewers of his YouTube channel.*

*Keywords: New Media, Deddy Corbuzier, Dewa\_Kipas, Irene Impression Management*

