

IMPRESSION MANAJEMEN STRATEGY DALAM SENI PERTUNJUKAN BONDRES BALI CLEKONTONG MAS

Shinta Aurellia Najla Soewira¹, I Gusti Agung Alit Suryawati², Ni Wayan Putri Despitasi³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Udayana

Email: shintaaurellianajlasoewira@gmail.com¹, igaaalitsuryawati@unud.ac.id²
niwayanputrides@unud.ac.id³

ABSTRACT

This research attempts to investigate the impression management strategies that the Clekontong Mas group employs in live performance of Balinese Bondres theatrical art. One concrete evidence of their sustained popularity is the release of the Clekontong Mas The Movie: Nyi Rimbit, which demonstrates the group's ability to sustain its cultural relevance. The impression management activities by Clekontong Mas seek to achieve particular effects depending on how various social issues are delivered to their audiences. Analyzing how Bondres performers perpetrate impression management on stage shall give an insight into the messages that get communicated in each performance. Descriptive qualitative was employed for this analysis, with data collection approaches of interviews, observation, and document studies. Data were analyzed through an interactive model of Miles and Huberman consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The research found that Clekontong Mas utilizes most of the five impression management strategies proposed by Jones and Pittman, which are ingratiation, self-promotion, exemplification, and supplication. The use of each strategy, depending on the background of the audience and the context of the performance, it keeps the communication relevant, humorous, and meaningful.

Keywords: Bondres, Clekontong Mas, Impression Management Strategy, Jones and Pittman, psychological Communication.

PENDAHULUAN

Edward T. Hall memiliki sebuah pandangan bahwa “Kebudayaan adalah komunikasi, komunikasi adalah kebudayaan.” Kebudayaan dikatakan komunikasi, karena kompleksitas pemikiran, perasaan, serta perbuatan manusia merupakan bentuk pernyataan manusia yang mewakili individu maupun kelompok. Berdasarkan hal tersebut, kebudayaan tidak dapat dipisahkan dari komunikasi (Liliweri, 2002). Unsur-unsur ini diwariskan dari generasi ke generasi melalui komunikasi dan perilaku imitasi. Kebudayaan dapat dianggap sebagai komunikasi simbolis, di mana simbolisme mencakup keterampilan, pengetahuan, sikap, nilai, cara pandang dan motif kelompok. Makna dari simbol-simbol tersebut dipelajari dan disebarkan dalam masyarakat melalui

berbagai institusi atau lembaga. Kebudayaan saling mempengaruhi dengan salah satu elemen penting dalam psikologi komunikasi yaitu persepsi.

Secara terminologi komunikasi merupakan keseluruhan proses yang dipergunakan untuk mencapai pikiran-pikiran orang lain “*Communication is the whole process used to reach other minds*” (Wursanto, 1994). Proses pembelajaran ini dikenal sebagai "bawaan sosial" (*social heredity*), Bawaan sosial tersebut kemudian melekat dan memunculkan ciri tersendiri pada individu.

Ciri dan identitas budaya dapat ditemui dalam seni pertunjukan, peninggalan bersejarah, arsitektur bangunan, dan berbagai implementasi kesenian lainnya. Layaknya masyarakat modern yang memiliki berbagai bentuk new media atau media baru untuk melakukan kegiatan berkomunikasi baik dalam bentuk interpersonal maupun massa, masyarakat terdahulu sebelumnya memanfaatkan berbagai bentuk kebudayaan salah satunya kesenian sebagai wadah penyampaian pesan. Di Bali sendiri, berbagai kesenian yang dapat dinikmati hingga saat ini sudah ada dan berkembang semenjak zaman Bali Kuno. Salah satu kesenian yang masih diwariskan bahkan menjadi populer pada saat ini adalah kesenian topeng, khususnya kesenian Topeng Bondres. Seni pertunjukan Petopengan Bali digemari sebagian besar masyarakat, baik anak kecil, dewasa, dan orang tua (Dana, Wayan 2021). Pada awal terciptanya di 762 Saka, lebih tepatnya pada 18 Juli 840, topeng Bondres lebih dikenal sebagai ‘Juru Abanyol’ yang memiliki arti lawak atau dagelan. Topeng Bondres hadir sebagai seni pertunjukan yang tunggal atau mandiri. Pertunjukan ini dapat disajikan dengan perangkatnya sendiri tanpa harus mengikuti rangkaian dari konsep, ritual, ataupun komposisi dari kegiatan lain sehingga Bondres dapat dikategorikan sebagai seni dengan konsep Balih-balihan.

Bondres dijadikan sebagai media komunikasi yang bisa mengedukasi dengan kemasan yang unik seperti menampilkan tokoh-tokoh yang lucu, serta humor-humor yang segar (Putri, 2021). Salah satu penggiat seni Topeng Bondres yang melestarikan kesenian tersebut pada saat ini adalah kelompok Clekontong Mas. Clekontong Mas telah berhasil mengadaptasi kesenian Bondres ke dalam format penyampaian pesan yang lebih kontemporer namun tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional yang menjadi fondasi dari seni pertunjukan ini. Bukti kepopuleran Clekontong Mas adalah mereka pernah dibuatkan sebuah film yang ditayangkan pada layar lebar dengan judul

“Clekontong Mas The Movie: Nyi Rimbit”. Selain dibuatkan film, dalam satu bulan Kelompok ini dapat melakukan pertunjukan sebanyak 40 kali.

Clekontong Mas pada awal terbentuknya terdiri atas tiga orang anggota utama yang memiliki perannya masing-masing, yaitu I Komang Dedi Diana yang bermain peran sebagai Tompel, I Ketut Gede Rudita yang bermain peran sebagai Sokir, serta I Nyoman Ardika yang bermain peran sebagai Sengap. Namun seiring berjalannya waktu terjadi satu dan lain hal yang menyebabkan salah satu anggota yaitu I Nyoman Ardika yang bermain peran sebagai Sengap memutuskan untuk cuti dari kegiatan Clekontong Mas di Tahun 2025. Para anggota Clekontong Mas harus mampu menyeimbangkan berbagai aspek dalam penampilan mereka, mulai dari mempertahankan elemen tradisional Bondres hingga menginkorporasikan humor kontemporer yang relevan dengan penonton masa kini. Proses adaptasi ini menciptakan tantangan tersendiri dalam hal manajemen kesan, di mana para seniman harus mampu mempertahankan otentisitas seni tradisional sekaligus menghadirkan hiburan yang segar dan mengikuti perkembangan zaman agar penyampaian pesan dapat dengan mudah diterima.

Menurut Sugama (2020) Pemain bondres dituntut untuk menyisipkan hal-hal yang merupakan bagian dari agama, sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya yang ada dalam kehidupan sehari-hari. proses pengolahan informasi atau pembelajaran hanya akan terjadi jika proses penerimaan informasi baik audio dan visual berjalan secara aktif (Mayer dan Anderson, 1991). Dengan kata lain, pesan yang disampaikan harus dikemas dengan atraktif sehingga dapat menarik perhatian audiens baik secara audio, maupun visual. Menurut Goffman, orang berinteraksi adalah ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain, yang disebut sebagai pengelolaan pesan. Identitas seorang aktor dalam berinteraksi dapat berubah, tergantung dengan siapa sang aktor berinteraksi (Widodo, 2010). Dalam konteks ini, pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Clekontong Mas bertujuan memberi dampak tertentu dalam proses penyampaian berbagai isu yang diangkat kepada khalayak secara luas.

Berdasarkan kompleksitas fenomena tersebut, penelitian tentang strategi manajemen kesan pada pekerja seni Bondres khususnya dalam konteks kelompok Clekontong Mas menjadi sangat penting untuk dilakukan. Analisis terhadap bagaimana seorang seniman Bondres mengelola kesan mereka di atas panggung dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang pesan yang ingin disampaikan dalam setiap pertunjukan yang dilakukan serta implikasinya terhadap

pelestarian budaya yang pada akhirnya mempengaruhi pandangan masyarakat mengenai berbagai pesan yang dibawa oleh Clekontong Mas.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana strategi manajemen kesan yang dilakukan dalam Kesenian Bondres Clekontong Mas kepada audiens dalam pertunjukan langsung?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Bagaimana strategi manajemen kesan yang dilakukan dalam Kesenian Bondres Clekontong Mas kepada *audiens* dalam pertunjukan langsung.

TINJAUAN TEORITIS

Psikologi Komunikasi

Psikologi komunikasi merupakan bidang kajian yang lahir dari pertemuan antara dua disiplin besar, yaitu ilmu psikologi dan ilmu komunikasi. Psikologi, sebagai ilmu yang mempelajari proses mental, perilaku, dan dinamika individu dalam berbagai situasi, memberikan landasan yang kuat untuk memahami mengapa manusia dapat berkomunikasi dengan cara tertentu. Ilmu komunikasi sendiri bertujuan untuk memahami proses penyampaian pesan dari pengirim ke penerima dalam berbagai konteks. Menurut Ritonga dalam bukunya berjudul Psikologi Komunikasi pada tahun 2019, psikologi komunikasi bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor mental yang mendasari keberhasilan maupun kegagalan komunikasi antarmanusia.

Salah satu elemen penting dalam psikologi komunikasi adalah persepsi, yaitu proses kognitif di mana seseorang menangkap, menginterpretasi, dan memberi makna terhadap informasi atau stimulus dari lingkungan. Persepsi bersifat subjektif karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman, nilai-nilai, budaya, dan harapan individu. Persepsi ini membentuk cara seseorang memahami pesan yang diterima, serta bagaimana ia mereaksinya. Selain persepsi, emosi dan motivasi adalah dimensi lain yang sangat berpengaruh terhadap proses komunikasi. Emosi berperan dalam mewarnai ekspresi komunikasi verbal dan nonverbal.

Lebih jauh lagi, psikologi komunikasi sangat relevan dalam menjelaskan praktik manajemen kesan (*impression management*). Melalui pendekatan psikologi komunikasi, strategi

manajemen kesan dapat dipahami sebagai upaya sistematis dari pelaku untuk memenuhi pengharapan audiens, membangun kredibilitas, atau mempertahankan identitas sosial tertentu. Dalam seni pertunjukan, strategi ini sering kali dimanifestasikan dalam cara berbicara, gestur, busana, serta pilihan narasi atau simbol-simbol budaya yang ditampilkan.

Impression Manajemen (Manajemen Kesan)

Menurut Johannson, manajemen kesan atau bisa juga dikenal sebagai manajemen impresi merupakan sebuah teori yang membicarakan mengenai upaya untuk mempresentasikan diri pada khalayak atau publik melalui proses komunikasi (Kriyantono, 2014). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Impresi diartikan sebagai efek atau pengaruh yang dalam terhadap pikiran atau perasaan, dan kesan dapat didefinisikan sebagai hal yang terasa (terpikir) sesudah melihat (mendengar) sesuatu.

Konsep manajemen kesan berangkat dari salah satu cabang ilmu psikologi sosial yang dikemukakan oleh Erving Goffman, menurutnya setiap individu secara sadar maupun tidak sadar berusaha mengelola cara mereka dipersepsikan oleh orang lain melalui manajemen kesan. Individu memanfaatkan berbagai teknik komunikasi verbal dan nonverbal untuk menciptakan kesan tertentu di mata audiens. Jones dan Pittman (1982) kemudian menjelaskan bagaimana individu berusaha mempengaruhi persepsi orang lain terhadap diri mereka. Jones dan Pittman selanjutnya mengidentifikasi serta mengelompokkan strategi manajemen kesan menjadi 5, yaitu:

1. Ingratiation (Mengambil hati)

Merupakan penciptaan kesan positif seorang individu kepada individu lain dengan tujuan agar disukai oleh orang lain ataupun kelompok tertentu. Ingratiation diwujudkan dengan melakukan hal atau kegiatan yang menyenangkan, seperti memberikan pujian, menyetujui pendapat, memberikan hadiah, dan lain sebagainya.

2. Intimidation (Intimidasi)

bertujuan untuk menimbulkan rasa takut, rasa hormat, kekhawatiran pada pihak lain. Strategi intimidation tidak peduli dengan rasa kesukaan publik terhadap mereka, Karakteristik dari strategi intimidation adalah untuk menciptakan rasa takut, ancaman, rasa sakit, dan rasa tidak nyaman.

3. *Self-Promotion* (Promosi Diri)

Dimana seorang individu secara aktif mempromosikan serta menyoroti kemampuan atau prestasi dalam situasi sosial, maupun profesional. Promosi diri tersebut dilakukan melalui komunikasi verbal maupun nonverbal.

4. *Exemplification* (Menjadi Contoh)

ditunjukkan melalui segi moral dan integritas. Karakteristik utama dari strategi ini adalah membentuk pandangan orang lain dengan memperlihatkan diri sebagai individu yang memiliki integritas tinggi dan dapat menjadi contoh yang baik bagi masyarakat.

5. *Supplication* (Sifat Inferior)

Individu menunjukkan sisi inferior kepada individu lain. Mengesampingkan harga diri dengan membangun citra diri yang lemah, menunjukkan ketidakmampuan serta kurangnya kompetensi diri.

Bondres Bali

Seni pertunjukan di Bali mengikuti 3 konsep yaitu Wali, Bebali, dan Balih-balihan. Wali atau yang lebih dapat dipahami sebagai sakral berarti pertunjukan tersebut tidak dapat ditampilkan secara sembarang (kepentingan upacara adat masyarakat Hindu Bali). Konsep Bebali merupakan konsep semi-sakral, dimana pertunjukan yang berkonsep Bebali biasanya dibalut dengan penampilan menghibur, namun tetap mengandung serta memiliki sisi sakral dan makna. Sedangkan Konsep Balih-balihan merupakan sebuah konsep dimana suatu pertunjukan dapat dilakukan kapan saja tanpa batasan ruang dan waktu, memiliki tujuan utama untuk menghibur dan menarik.

Salah satu kesenian yang masih diwariskan serta menjadi populer pada saat ini adalah kesenian topeng, khususnya kesenian Topeng Bondres. Seni pertunjukan Petopengan Bali merupakan kegemaran sebagian besar masyarakat penonton, baik anak kecil, dewasa, dan orang tua. (Dana dan I Wayan, 2023). Makna dari Topeng Bondres adalah sebagai penampilan dari topeng yang ‘wicara’ atau topeng yang berbicara (berdialog). Pertunjukan ini pada awalnya merupakan bagian dari pertunjukan seni topeng Bali yang terkenal pada masa Kerajaan Gelgel di bawah pemerintahan Raja Waturenggong.

Seiring perkembangannya, tarian ini bertransformasi menjadi suatu bentuk seni baru. Topeng Bondres tidak memiliki struktur pertunjukan yang baku ataupun alur cerita sastra tertentu. Pertunjukan Bondres pertama kali diperkenalkan oleh I Ketut Kodi, I Nyoman Catra, dan I Gusti Lanang Ardika, yang merupakan dosen di ISI (Institut Seni Indonesia) Denpasar. Keistimewaan tokoh Bondres adalah kemampuannya untuk berdialog di luar pakem atau aturan pementasan dengan menggunakan bahasa sehari-hari, bahkan bahasa asing selain Bahasa Bali, sehingga bondres dapat dikategorikan sebagai seni pertunjukan yang memiliki konsep Balih-balihan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif. Dilakukan dengan pengumpulan data yang berkaitan dengan kegiatan *impression management* atau manajemen kesan yang dilakukan oleh Clekontong Mas sebagai kelompok penggiat seni bondres dalam menjalankan berbagai penampilannya. Secara garis besar, penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan tepat mengenai peristiwa atau gejala yang sedang berlangsung. (Supardi, 2005). Sedangkan pendekatan kualitatif sendiri menurut Krick & Miller, didefinisikan sebagai suatu tradisi dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia, baik dalam konteks maupun dalam peristiwanya. Berdasarkan pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah proses pengumpulan data di suatu latar alamiah dengan tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi, di mana peneliti berperan sebagai instrumen kunci (Rahayu, 2021).

Dalam menjalankan penelitian, peneliti membagi sumber data menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara dan observasi atas penampilan bondres secara langsung di hadapan penonton yang dilakukan pada tahun 2025. Informan wawancara merupakan anggota utama aktif dari Clekontong Mas terhitung pada tahun 2025, yaitu I Komang Dedi Diana bermain peran sebagai Tompel, I Ketut Gede Rudita bermain peran sebagai Sokir. Sedangkan data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka yang relevan, serta penelusuran sumber melalui repositori secara online maupun offline.

Unit analisis difokuskan kepada para pemain Bondres Clekontong Mas dan proses mereka dalam mengelola kesan di atas panggung, yang akan peneliti gali melalui wawancara. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara, observasi, dokumentasi.

HASIL PENELITIAN

Clekontong Mas merupakan sebuah kelompok penggiat kesenian Topeng Bondres yang secara resmi berdiri pada tanggal 8 Oktober 2012. pembentukan identitas kelompok, yang sebelumnya dikenal dengan nama STSP (Sengap, Tompel, Sokir, Pokokne). Seiring dengan bergabungnya kelompok lain seperti Luh Kembang dan Cablek, kemudian dilakukan perancangan nama baru yang lebih mencerminkan visi dan misi kelompok. istilah clekontong merujuk pada sebuah sarana upacara dalam tradisi Bali, clekontong tetap dianggap sebagai wadah yang memiliki makna sakral dan mulia. Selanjutnya, meskipun secara linguistik pelafalan "emas" di Bali tidak disebutkan secara lengkap, tetapi hanya "mas", makna filosofisnya tetap merujuk pada sesuatu yang berharga dan bernilai tinggi. Oleh karena itu, Clekontong Mas dimaknai sebagai sebuah wadah yang tidak hanya sakral, tetapi juga memiliki nilai kemuliaan dan keistimewaan dalam upaya pelestarian seni pertunjukan tradisional Bali. Salah satu bukti kepopuleran Clekontong Mas adalah mereka pernah dibuatkan sebuah film yang ditayangkan pada layar lebar dengan judul “Clekontong Mas The Movie: Nyi Rimbit”. Selain dibuatkan film, dalam satu bulan Kelompok ini dapat melakukan pertunjukan sebanyak 40 kali.

Trio lawak Clekontong Mas sendiri merupakan anggota inti awal yang beranggotakan tiga orang yang memiliki perannya masing-masing. I Komang Dedi Diana bermain peran sebagai Tompel, I Ketut Gede Rudita bermain peran sebagai Sokir, serta I Nyoman Ardika yang bermain peran sebagai Sengap. Ketiganya dikenal memiliki ciri khas tersendiri dalam membawakan tiap karakter, yang menjadi daya tarik utama dalam pertunjukannya. Meski demikian, pada tahun 2025, I Nyoman Ardika dengan perannya sebagai sengap sedang berada dalam status cuti atau tidak aktif sebagai anggota kelompok seni Clekontong Mas. Format pertunjukan yang diusung oleh kelompok ini bersifat fleksibel, disesuaikan dengan konteks acara maupun karakteristik audiens yang dituju. Dalam aspek komunikasi, kelompok Clekontong Mas tidak membatasi diri pada satu bahasa tertentu. Bahasa Bali, Indonesia, dan Inggris digunakan secara adaptif menyesuaikan kebutuhan audiens maupun permintaan pihak penyelenggara.

Meskipun watak dari tokoh yang dimainkan bersifat adaptif dan melakukan penyesuaian antar pertunjukan satu dan lainnya, namun Dedi Diana dan Gede Rudita menaruh ciri khas tersendiri dalam tokoh Tompel dan Sokir. Ciri khas yang dimiliki dapat diamati melalui suara yaitu menggunakan dialek Gianyar yang memanjangkan ekor kata, seperti kata dalam Bahasa Bali ‘kija’

(dalam bahasa Indonesia “kemana”) yang menjadi ‘kijao’ dan kata ‘kema’ (dalam bahasa Indonesia “ke sana”) menjadi ‘kema’. Tata rias dan busana yang melekat pada karakter ini juga memiliki ciri tersendiri dimana riasan yang digunakan menciptakan ilusi bibir yang miring serta menggunakan properti gigi palsu yang memberi kesan susunan gigi yang tidak beraturan. Sedangkan karakter Sokir memiliki ciri khas yang mencolok pada cara berbicara, dimana Gede Rudita memberikan karakter Sokir suara dengan nada yang lebih tinggi dan volume suara yang kecil. Ciri khas dari karakter Sokir juga terlihat dari visual riasan wajah dimana bibir dari karakter tersebut dibuat kecil, postur tubuh juga berubah dipengaruhi oleh kostum yang digunakan. Clekontong Mas menjalankan dan memanfaatkan sebagian besar dari strategi management kesan yang dikemukakan oleh Jones dan Pittman pada tahun 1982. Hal tersebut mereka lakukan dengan kesadaran bahwa setiap pemilihan strategi yang dilakukan berpengaruh besar terhadap penampilan yang mereka lakukan terhadap audiens.

PEMBAHASAN

Strategi *Ingratiation* (Mengambil Hati)

“Waktu baru keluar pasti pandang dulu. Ini kalau ini bagaimana ya, bisa tidak diajak (berkomunikasi).....kalau senyum berarti boleh diajak bercanda.” (Wawancara dengan I Komang Dedi Diana, 2025)

Clekontong Mas memberikan pujian kepada *audiens* di awal pertunjukan, dalam salah satu pertunjukan mereka memasukkan gerakan velocity TikTok dipadukan dengan gamelan. keterlibatan emosional dengan penonton akan semakin mudah terbangun karena sesuatu yang mereka sajikan dekat dan dirasakan secara langsung oleh audiens dalam lingkungan sosialnya. Mencerminkan penerapan strategi ingratiation, yaitu usaha menampilkan diri agar disukai dan diterima oleh audiens.

Strategi *Self-Promotion* (Promosi Diri)

Diantara penyampaian dialog karakter Sokir menampilkan sebuah tarian dengan diiringi oleh tabuhan gambelan serta nyanyian dari Tompel. Penampilan seperti ini secara tidak langsung menjadi bentuk strategi self-promotion, yaitu usaha membangun citra diri sebagai pribadi yang berbakat dan layak dihargai, sekalipun hal-hal tersebut berasal dari karakter yang jenaka.

“Kalau Tompel secara basicnya dia penari, tapi kalau tiang juga bisa menari tapi secara basicnya tiang orang karawitan.” (Wawancara dengan I Ketut Gede Rudita, 2025)

Kemampuan seperti menyanyi, menari, dan memainkan alat musik tidak hanya diselipkan sebagai hiburan, tetapi juga sebagai bentuk promosi diri yang menunjukkan bahwa mereka lebih dari sekadar pelawak.

Strategi *Exemplification* (Menjadi Contoh)

“Kita tetap harus ada kritikan, tapi yang membangun.” (Wawancara dengan I Komang Dedi Diana, 2025)

Kritik yang kerap dibawa pada peampilan Clekontong Mas pada saat dilakukannya penelitian ini adalah mengenai bijak dalam penggunaan media sosial. Kritik tetap disampaikan dengan gaya jenaka. Strategi ini menampilkan integritas dan pesan moral dalam bentuk komedi, sejalan dengan prinsip *exemplification* yaitu menampilkan diri sebagai sosok yang berpengetahuan, serta peduli terhadap kondisi sosial. Isi pesan diperoleh melalui riset mendalam sebelum diadakannya pertunjukkan.

Strategi *Supplication* (Sifat Inferior)

“Kadang harus menjadi pintar, kadang harus menjadi bodoh. Jadi dia memiliki dua kepribadian, bisa keras bisa lembut. Mana aja bisa dia.” (Wawancara dengan I Komang Dedi Diana, 2025)

Clekontong Mas dalam beberapa kesempatan membentuk karakter mereka menjadi bodoh, lugu, dan tidak mengerti terhadap suatu hal yang terkesan sederhana, sejalan dengan konsep strategi *supplication*. Dimana keberhasilan strategi ini dicapai melalui menunjukkan sisi inferior kepada individu lain (Jones & Pittman, 1982).

Strategi *Intimidation* (Intimidasi)

Dalam beberapa kesempatan, karakter yang dimainkan oleh para anggota Clekontong Mas juga menampilkan karakter dengan watak yang terkesan galak, keras. Penciptaan ketegangan pada pementasan yang dilakukan oleh Clekontong Mas difungsikan sebagai siasat guna memancing dialog dan membangun suasana diatas panggung.

Dalam salah satu penampilan, terdapat salah satu dialog yang dinyatakan oleh karakter Toppel yaitu “saya siap berkelahi dengan bapak-bapak ini”

Dialog tersebut hanya ditujukan untuk membangun emosi *audiens*, bukannya untuk menimbulkan rasa takut, ancaman, rasa sakit, dan rasa tidak nyaman secara berlanjut. Setelahnya karakter Toppel melakukan upaya untuk kembali meredam emosi dan ketegangan yang terbangun pada *audiens* dengan penjelasan serta penyampaian pesan utama yang telah disiapkan. Hal tersebut sejalan dengan hasil observasi yang bahkan tidak ditemukannya indikasi penerepan strategi *intimidation* yang dilakukan pada *audiens*.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil temuan serta analisis mengenai impression manajemen strategy dalam seni pertunjukan Bondres Bali Clekontong Mas, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Kelompok Bondres Clekontong Mas dengan sengaja melakukan proses penciptaan kesan memanfaatkan strategi komunikasi yang sejalan dengan teori manajemen kesan dari Jones dan Pittman.
2. Strategi ingratiation ditunjukkan melalui candaan yang melibatkan audiens dengan tujuan untuk disenangi audiens. Dedi Diana dan Gede Rudita juga secara aktif menunjukkan keunggulan individu melalui beragam keahlian yang ditampilkan selama pertunjukan yang merupakan perwujudan dari strategi self-promotion. Penyampaian pesan moral dan kritik sosial oleh para pemain Clekontong Mas sejalan dengan strategi exemplification. Dalam beberapa bagian mereka kerap menggunakan strategi supplication, dengan membentuk kesan bodoh, lemah, atau lugu. Tidak ditemukan penggunaan strategi intimidation kepada audiens karena tujuan akhir dari anggota Clekontong Mas adalah tetap ingin disukai oleh para audiens.
3. Dengan mempertahankan nilai-nilai tradisional sekaligus menyesuaikan diri dengan perkembangan zaman, Clekontong Mas berhasil menjadi representasi seni pertunjukan bondres kontemporer dengan kemampuan utama beradaptasi secara kontekstual. Penyesuaian dilakukan mulai dari pilihan bahasa hingga gaya komunikasi dan tema pertunjukan yang disesuaikan dengan karakteristik penonton.

4. Ditemukan juga upaya memperkuat pembangunan kesan yang dilakukan melalui pemilihan kostum, hingga menampilkan keunikan karakter melalui dialek tertentu. Kelompok ini juga memiliki sebuah kelebihan dimana mereka dapat menjaga profesionalisme meskipun terjadi hal diluar kendali serta memastikan pesan utama berhasil tersampaikan secara sempurna meskipun tanpa melalui proses pembuatan skrip maupun kegiatan latihan sebelum tampil.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan:

1. Untuk kelompok Clekontong Mas, disarankan untuk dapat lebih memaksimalkan keahlian komunikatif yang selama ini menjadi kekuatan utama dalam sebuah pertunjukan. Keahlian tersebut tidak hanya berdampak besar jika diterapkan dalam hubungan eksternal kelompok dengan *audiens*, tapi juga dapat diterapkan dalam hubungan internal Kelompok Clekontong Mas dengan harapan meminimalisir terjadinya missskomunikasi dalam perjalanan kelompok kedepannya. Clekontong Mas juga dapat melakukan eksplorasi terhadap strategi *intimidation*, bisa saja ditemukan kecocokan penerapan strategi dengan sebuah situasi pertunjukan tertentu kedepannya.
2. Untuk pelaku seni pertunjukan lainnya, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pertunjukan tidak hanya bergantung pada kemampuan artistik, tetapi juga pada cara membangun hubungan dengan *audiens* melalui strategi komunikasi yang tepat. Oleh karena itu, para pelaku seni pertunjukan lainnya disarankan untuk mulai mengevaluasi strategi komunikasi yang mereka gunakan.
3. Untuk peneliti selanjutnya, penelitian ini membuka peluang kajian lanjutan, khususnya dari sisi *audiens*. Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi bagaimana strategi manajemen kesan yang digunakan oleh pelaku seni dipersepsi oleh penonton. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan dengan pendekatan teoritik yang berbeda, seperti analisis semiotik untuk memahami simbolisme dalam pertunjukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiansyah, N., Risnita, N., & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/Ihsan.V1i2.57>
- Aditia, B. S. (2015). Pertunjukan Kesenian Ebeg Grup Muncul Jaya Pada Acara Khitanan Di Kabupaten Pangandaran. *Universitas Pendidikan Indonesia*. <https://repository.upi.edu/20430/>
- Cahaya, W. (2025). Pengaruh Tren Velocity Terhadap Konsentrasi. https://spada.uns.ac.id/pluginfile.php/651205/Mod_Resource/Content/3/PROPOSAL%20PENELITIAN%20KUANTITATIF_WINDA%20CAHAYA.pdf
- Darmiati, M. (2020). Pengaruh Seni Pertunjukan Terhadap Tingkat Kunjungan Di Daya Tarik Wisata Budaya Taman Nusa Gianyar-Bali. *Jurnal Kepariwisata*, 19(2), 90-98. <https://ejournal.ppb.ac.id/index.php/jpar/article/view/424/383>
- Dewi, N. P. S., Sukatin, S., Nofiasari, W., Reksoprodjo, M. R., Bawono, Y., Linggi, A. I., & Aziz, S. (2024). Psikologi Komunikasi. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/569279/psikologi-komunikasi>
- Dibia, I. W. (2016). Experimenting The Modern Story “Mr. Tepis” To Balinese Topeng Masked Dance Theatre. *Malaysian Journal Of Performing And Visual Arts*, 2. <https://jml.um.edu.my/index.php/MJPVA/article/view/2093/432>
- DR. LILIWERI, A. M.S. (2009). *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya* (3rd Ed.). PT Lkis Printing Cemerlang.
- Eko, B. S., Putranto, H., & Veronika. (N.D.). *Mengembangkan Kompetensi Komunikasi Antarbudaya Berbasis Kearifan Lokal Untuk Membangun Keharmonisan Relasi Antar Etnis Dan Agama*. Google Books. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Dx0mEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=Komunikasi+Budaya+Kearifan+Lokal&ots=Vyvksb3wn6&sig=5lhhlgixchmzxapwyxt1rrbrpbs&redir_esc=y#v=onepage&q=Komunikasi%20budaya%20kearifan%20lokal&f=false

- Fadhilah, S. N. (2021). *Manajemen Kesan Komedian Di Atas Panggung Perspektif Dramaturgi* [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]. <https://Repository.Uinjkt.Ac.Id/Dspace/Bitstream/123456789/63126/1/SINTA%20NUR%20FADHILAH.SOS.Pdf>
- Fadhilah, A. N. N. & Kusuma R. S. (2023). *Strategi Self-Promotion Content Creator Dalam Mengelola Manajemen Kesan Di Instagram (Studi Kasus Akun@ Neyrizha)*. Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta. <https://Eprints.Ums.Ac.Id/Id/Eprint/116>
- Herdayati, S. P., Pd, S., & Syahrial, S. T. (2019). Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data Dalam Penelitian. *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta, 53(9), 1689-1699*. https://www.researchgate.net/profile/Syahrial-Syahrial-2/publication/336304206_Desain_Penelitian_Dan_Teknik_Pengumpulan_Data_Dalam_Penelitian/links/5d9ac0ab92851c2f70f2184f/Desain-Penelitian-Dan-Teknik-Pengumpulan-Data-Dalam-Penelitian
- Iwagu Production*. (N.D.). Youtube. <https://www.youtube.com/@Iwagupro>
- Lembaga Penelitian ISI Yogyakarta. (N.D.). *Bondres Clekontong Mas: Pegeseran Budaya Tradisi Menuju Budaya Populer*. Digilib. <http://digilib.isi.ac.id/13953/>
- Nainggolan, A. Makalah Metodologi Penelitian Teknik Pengambilan Sampel. https://www.academia.edu/download/100876590/Makalah_Metopen_Teknik_Pengambilan_Sampel.Pdf
- Prayogo, D. B., Tanuwijaya, D., Shambhala, R. H., & Witarsa, I. P. P. L. P. (2024). Strategi Impression Management Calon Presiden 2024 Dalam Tayangan “3 Bacapres Bicara Gagasan” Di Kanal Youtube Najwa Shihab Menurut Masyarakat Gen-Z Di Surabaya. *Scriptura, 13(2), 169–183*. <https://doi.org/10.9744/scriptura.13.2.169-183>
- Prof. Drs. Sutrisno, M.Sc., Ph.D. (2011). *Pengantar Pembelajaran Inovatif Berbasis Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. Gaung Persada (GP) Press Jakarta. https://Repository.Unja.Ac.Id/2900/1/Isi_Pengantar_Pembelajaran_Inovatif.Pdf

- Rahayu, M. (2021). *Dramaturgi Dalam Sosial Media: Penggunaan Second Account Di Instagram Pada Kalangan Mahasiswa/I Forum Studi Islam (Fsi) Universitas Islam Riau* [Universitas Islam Riau]. <https://Repository.Uir.Ac.Id/12148/1/179110249.Pdf>
- Ramadhani, Y., & Susanti, R. (2024). Dramaturgi Pengemis Badut Karakter Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Nakula : Pusat Ilmu Pendidikan, Bahasa Dan Ilmu Sosial*, 2(01). <https://Journal.Arip.Or.Id/Index.Php/Nakula/Article/View/355/374>
- Resdina, A. A. P., & Darmawan, F. (2025, February). Manajemen Kesan Master Of Ceremony Formal Dalam Membawakan Acara. *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 5, No. 1, Pp. 319-326). <https://Proceedings.Unisba.Ac.Id/Index.Php/BCSPR/Article/View/18319>
- Ritonga, M. H. (2019). Psikologi Komunikasi. <http://Repository.Uinsu.Ac.Id/7974/1/Husni%20PSIKOLOGI%20KOMUNIKASI.Pdf>
- Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (2021). Manajemen Kesan Pelaku Budaya Musik Saronen Dalam Mempertahankan Eksistensi Di Masa Pandemi. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 213-227.
- Seramasara, N. I. G. N. (N.D.). Seni Pertunjukan Tradisional Bali, Sebuah Renungan Sejarah. *Mudra Jurnal Seni Budaya*, 20(1). <https://Doi.Org/10.31091/Mudra.V20i1.1512>
- Setiawan, D. (N.D.). Dampak Perkembangan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Terhadap Budaya. *JURNAL SIMBOLIKA Research And Learning In Communication Study*, 4(1), 62. <https://Doi.Org/10.31289/Simbollika.V4i1.1474>
- Subrata, I. W., & Sudanta, I. N. (2021). Bondres Celekontong Mas: Seni Pertunjukan Inovatif Dalam Era Globalisasi. *Dharmasmrti*, 21(2). <https://Ejournal.Unhi.Ac.Id/Index.Php/Dharmasmrti/Article/View/2136/1276>
- Suardika, N., & Putra, N. I. W. S. (2021). Faktor Representasi Seni Bondres Perspektif Etika Hindu. *Kamaya Jurnal Ilmu Agama*, 4(3), 309–320. <https://Doi.Org/10.37329/Kamaya.V4i3.1364>

- Suryani, N. P. I. R. (2022). *Manajemen Kesan Dokter Spesialis Kebidanan Dan Kandungan Dalam Edukasi Seksual Pada Platform Quora (Studi Pada Akun Yudhistya Ksyatria)* [Skripsi]. Universitas Udayana.
- Wahyuni, E., & Afandi, Y. (2023). Studi Dramaturgi Pekerja Seks Komersial Di Kota Padang. *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 3(1), 124-
<https://journal.sinov.id/index.php/juitik/article/view/415/362>
- Yanti, F. (2022). *Psikologi Komunikasi*. Agree Media Publishing.<https://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=Z0rmeaaaqbaj&oi=fnd&pg=PR1&dq=psikologi+komunikasi&ots=WcyoooIUqv&sig=Tjtneenaxzm48kup2h0-H6sraho>
- Zhou, K., & Xu, Z. (2023). A Pragmatic Study Of Corporate Apologies For Impression Management: A Case Of Chinese Food Industry. *International Journal Of Linguistics*, 14(6), 196.
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Agama Islam Di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Pengajaran JPPP*, 3(2). <https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>