

ABSTRAK

Status sebagai seorang *influencer* kini tidak hanya dimiliki seorang aktor dan aktris papan atas, tetapi setiap individu dapat memiliki status tersebut selama sudah termasuk dalam kategori seorang *influencer* yaitu memiliki *followers* dan memiliki sebuah konten yang menarik di media sosial. Perubahan ini disebabkan karena kebebasan dalam berekspresi dalam sosial media dan saat ini dalam dunia perkuliahan memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk terlibat dan menjadi wajah kampus baik sudah memiliki status sebagai *influencer* dan sebaliknya untuk memiliki status sebagai Ambassador. Penelitian ini bertujuan untuk melihat kesan yang ditunjukkan oleh para *micro influencer* ketika memiliki status sebagai SMB Tel-U Ambassador di Universitas Telkom. Metode penelitian yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif, dengan menggunakan terori Dramatugi dari Goffman. Pemilihan informan kunci dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang terpilih sebagai SMB Tel-U Ambassador dan masuk dalam kategori *micro influencer*. Terdapat pemilihan informan pendukung yaitu kerabat dekat informan yang ditentukan oleh informan kunci. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara mendalam melalui Zoom, chat WhasApp, bertemu secara langsung (*offline*) dan melakukan observasi ketika proses pembuatan konten dan melakukan pencarian pada sosial media SMB Telkom. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengelolaan kesan yang dilakukan pada *front stage* dan *back stage* tidak terlalu berbeda. Kesan yang ditunjukkan pada panggung depan adalah seorang mahasiswa yang *cheerful* dan ekspresif dengan menggunakan pakaian yang sopan dan rapi serta menunjukkan identitas fakultas serta menggunakan almamater dan lanyard SMB Tel-U Ambassador. Hal ini dilakukan untuk melakukan promosi dalam setiap konten yang dipublikasikan pada sosial media SMB Telkom dan sesuai dengan ketentuan *brief* yang diberikan oleh pihak PADMI. Substansi penelitian ini ditemukan bahwa seorang SMB Tel-U Ambassador berekspresi sesuai dengan ketentuan yang diberikan dan bertugas sebagai seorang talent dalam konten, serta kurang berinteraksi secara langsung dengan khalayak.

Kata Kunci: Dramaturgi, SMB Tel-U Ambassador, *micro influencer*, pengelolaan kesan