BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Mobilitas manusia, keberagaman budaya, dan interaksi antar identitas menjadi fenomena yang sangat signifikan dalam masyarakat saat ini. Pada tingkat global, *International Organization For Migration* mencatat hampir 281 juta migran internasional pada tahun 2020, yang merupakan sekitar 3,6% dari jumlah penduduk dunia. Statistik ini menunjukkan bahwa perpindahan manusia tidah hanya merupakan fenomena demografi, tetapi juga menciptakan ruang sosial yang menyatukan kelompok-kelompok dengan berbagai latar belakang etnis, agama, bahasa, dan budaya (McAuliffe, 2024).

Fenomena ini menjadikan komunikasi antar kelompok semakin krusial, karena setiap komunitas harus mampu menampilkan identitas mereka dengan jelas, mudah dipahami, dan tanpa menciptakan jarak sosial dengan kelompok lainnya. Dalam konteks ini, citra sosial sebuah kelompok tidak hanya ditentukan oleh keberadaannya, tetapi juga oleh cara kelompok tersebut disampaikan kepada masyarakat.

Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki keberagaman etnis dan agama yang tinggi. Kondisi ini menjadikan interaksi sosial antar kelompok sebagai realitas sehari-hari yang membutuhkan keseimbangan antara identitas kelompok dan integrasi sosial nasional (Paisal Siregar, et al., 2026). Pada titik ini, komunikasi berperan penting secara strategis karena berfungsi sebagai alat untuk menciptakan pemahaman, penerimaan, dan evaluasi masyarakat terhadap suatu kelompok atau organisasi.

Sumatera Utara menjadi salah satu provinsi yang memiliki berbagai keberagaman budaya di Indonesia. Sejarah Panjang migrasi dari berbagai kelompok etnis seperti Melayu, Batak, Tionghoa, Arab, India telah menjadikan provinsi ini memiliki lingkungan sosial yang dinamis dan rumit. Keanekaragaman ini mendorong setiap organisasi sosial-keagamaan untuk menciptakan komunikasi yang trasnparan dan peka terhadap perbedaan. Komunikasi yang tidak ditangani dengan baik bisa menciptakan kesenjagan simbolis antara lembaga dan komunitas di sekitarnya.

Salah satu kota yang membuktikan peristiwa tersebut dalam provinsi Sumatera Utara yaitu Kota Medan. Interaksi berbagai kelompok sosial di kota ini tidak hanya menghasilkan kesempatan untuk bekerjasama dengan harmoni, tetapi juga dapat memicu prasangka, stereotip, serta konflik simbolik, terutama saat identitas budaya dan keagamaan muncul di ruang publik. (Ahmad, 2018)

Di lingkungan masyarakat yang beragam, komunikasi memiliki peranan penting sebagai alat untuk menciptakan pemahaman, toleransi, dan penerimaan antar sosial. Cara suatu kelompok atau organisasi menunjukkan identitasnya di ruang publik akan sangat menentukan bagaimana komunitas tersebut dilihat oleh masyarakat umum. Oleh karena itu, komunikasi menjadi aspek yang krusial dalam menciptakan citra positif di masyarakat, terutama bagi organisasi yang mewakili identitas budaya dan agama tertentu.(Wisang, 2025)

Terbentuknya komunitas India di Kota Medan berawal dari perkembangan perkebunan di Sumatera Timur pada masa kolonia. Pada akhir abad ke-19, orang-orang india diundang ke wilayah Deli dan sebagian di antar bekerja sebagai pekerja di perkebunan tembakau. Mereka kemudian berkembang menjadi sebuah

komunitas yang tinggal tetap dan membangun kehidupan sosial di Kota Medan (Harahap, 2019).

Selama berkembangnya komunitas Muslim India, komunitas ini mendapatkan tanah dari Sultan Deli, yang kemudian menjadi tempat tinggal dan pusat kegiatan keagamaan bagi masyarakat Muslim India. Kawasan inilah sekarang yang dikenal sebagai Kampung Madras. Di wilayah tersebut, Komunitas Muslim India membangun Masjid Jamik pada tahun 1887, kemudian membangun Masjid Ghaudiyah sebagai bagian dari perkembangan kehidupan keagamaan mereka di Medan (Harahap, Nur Jannah., 2021).

Perkembangan komunitas Muslim India dan adanya masjid sebagai pusat kegiatan keagamaan kemudian mendorong munculnya lembaga yang mengurus kepentingan sosial dan keagamaan komunitas tersebut. Wadah itu dikenal sebagai *South Indian Moslem Foundation and Welfare Committee*, yang sekarang dinamakan sebagai Yayasan India Muslim Selatan Sumut merupakan wadah yang mengelola berbagai kegiatan komunitas kaum Muslim India, seperti pengelolaan Masjid Jamik dan Masjid Ghaudiyah. Kedua masjid ini tidak hanya menjadi tempat untuk beribadah, tetapi juga berkembang sebagai pusat pendidikan islam, tempat menghafal al-quran, serta tempat pembinaan bagi orang-orang yang baru memeluk agama islam (Ningrum & Dahlan, 2022).

Yayasan tersebut kemudian menjadi bagian yang penting dalam menjaga identitas masyarakat Muslim India sekaligus memperkuat hubungan sosial dengan masyarakat Kota Medan yang memiliki latar belakang etnis dan agama yang beragam.

Yayasan India Muslim Selatan Sumut adalah sebuah organisasi sosial dan keagamaan yang beroperasi di tengah masyarakat multikultural di Kota Medan. Yayasan ini mewakili identitas komunitas India Muslim Selatan yang memiliki ciri khas dalam hal etnis, budaya, dan agama. Namun, identitas yang unik juga bisa menimbulkan hambatan dalam komunikasi jika khalayak menganggap yayasan ini hanya berfokus pada kelompok internal. Oleh sebab itu, penting bagi yayasan untuk memiliki citra yang inklusif agar dapat dikenal sebagai organisasi yang terbuka dan mampu menjalin hubungan sosial dengan masyarakat luas.

Kondisi empiris yang ada terlihat dari peran yayasan yang melaksanakan kegiatan sosial, keagamaan, dan kemasyarakatan di tengah masyarakat yang beraneka ragam. Kegiatan yayasan tidak hanya terbatas pada interaksi di dalam komunitas, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara yayasan dan warga sekitar. Melalui aktivitas yang dilakukan seperti buka puasa bersama, kajian rutin, dan menjadi tempat mualaf *centre*, membuat yayasan memiliki kesempatan untuk menampilkan nilai-nilai seperti keterbukaan dan rasa peduli terhadap sosial. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji praktik pengelolaan kesan yayasan sebagai organisasi dalam menjaga citra inklusif di lingkungan multikultural Kota Medan.

Yayasan India Muslim Selatan Sumut memiliki peranan yang krusial untuk diteliti sebagai organisasi sosial-keagamaan yang secara aktif menjalin hubungan dengan masyarakat. Cara yayasan membentuk suatu kesan dapat dilihat dari berbagai program, komunikasi yang disampaikan, perilaku pengurus, pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, serta bentuk interaksi sosial yang dilakukan. Seluruh unsur tersebut dapat memengaruhi cara masyarakat

memandang yayasan, baik secara organisasi yang inklusif maupun sebagai organisasi yang hanya berorientasi pada komunitas internalnya.

Dalam kajian ilmu komunikasi, citra dimaknai sebagai hasil dari proses komunikasi yang berlangsung tanpa henti antara suatu organisasi dan masyarakatnya. Citra terbentuk sebagai hasil dari pengumpulan pesan, simbol, perilaku, serta pengalaman masyarakat ketika berinteraksi dengan organisasi tersebut. Jefkins (2003) dan Cutlip et al. (2011) menekankan bahwa citra suatu organisasi tidak muncul dengan sendirinya, tetapi dibangun dan dirawat melalui strategi komunikasi yang terencana. Oleh karena itu, citra dapat dilihat sebagai aset sosial yang sangat penting bagi keberlangsungan dan legitimasi organisasi dalam lingkup masyarakat.

Penelitian ini membedakan citra inklusif dari citra positif pada umumnya. Citra inklusif dipahami sebagai persepsi masyarakat bahwa yayasan yang berlatar identitas India Muslim tetap bersikap terbuka dalam berkomunikasi, memberikan layanan, dan menjalin hubungan sosial dengan kelompok yang berbeda latar belakang. Persepsi itu dinilai dengan melihat sejauh mana pesan yang disampaikan yayasan, program yang dilaksanakan, dan pengalaman nyata masyarakat saat berinteraksi dengannya saling selaras. Pandangan yang menitikberatkan identitas organisasi yang inklusif, serta keselarasan antara komunikasi dan pengalaman publik, sejalan dengan temuan Freeman dan Koçak (2023) dan Sunoto et al. (2026).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Impression Management* dari Jones dan Pittman sebagai teori utama. Kerangka teoritis ini menyebutkan bahwa setiap individu dapat mengatur kesan mereka dengan lima cara, yaitu *ingratiation,*

self promotion, exemplification, intimidation, dan supplication. Ingratiation adalah cara seseorang berusaha terlihat ramah dan disukai oleh orang lain. *Self-promotion* adalah upaya untuk menunjukkan kemampuan atau kontribusi seseorang kepada orang lain. *Exemplification* berkaitan dengan pengaruh moral dan dapat dijadikan teladan. *Intimidation* berkaitan dengan sikap tegas, sedangkan *supplication* berkaitan dengan menunjukkan keterbatasan untuk mendapatkan dukungan (Jones & Pittman, 1982).

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai *Impression Management* menunjukkan bahwa teori ini banyak digunakan untuk membaca strategi pembentukan citra dalam berbagai konteks komunikasi. Bolino, Klotz, dan Daniels menyatakan bahwa *Impression Management* sering digunakan dalam penelitian organisasi karena berkaitan dengan upaya para pihak membentuk citra yang mereka inginkan dalam lingkungan sosial dan professional (Bolino et al., 2016).

Dalam penelitian yang diteliti oleh Bintang dan Suherman (2025), *impression management* dapat digunakan untuk melihat bagaimana citra positif terbentuk melalui komunikasi dan tindakan yang dilakukan di depan publik. Penelitian menunjukkan bahwa tindakan sosial dan nilai-nilai yang ditunjukkan bisa menciptakan kesan positif melalui contoh yang diberikan. Penelitian ini menunjukkan bahwa cara mengelola kesan bisa dilihat dari komunikasi langsung, media sosial, pelayanan, serta tindakan sosial yang dilakukan secara konsisten.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Romadhan (2021) juga menunjukkan bahwa *impression management* juga dapat menganalisis upaya suatu lembaga dalam membangun citra melalui program, kegiatan, dan komunikasi kepada

publik (Romadhan, 2021). Relevansi penelitian ini terletak pada konsep pengelolaan kesan dalam konteks lembaga.yang membedakan adalah, penelitian Romadhan mengutamakan lembaga pemerintah dan citra wisata, sementara penelitian ini memusatkan perhatian pada Yayasan India Muslim Selatan Sumut sebagai organisasi sosial-keagamaan berbasis etnis dalam menjaga citra inklusif di lingkungan multikultural Kota Medan.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, *impression management* banyak digunakan untuk membaca strategi pembentukan citra dalam berbagai konteks komunikasi. Dalam penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa *impression management* tidak hanya diteliti melalui media digital saja, namun pengelolaan kesan juga dapat diteliti melalui proses wawancara, observasi, program, pesan, serta tindakan yang ditampilkan kepada publik. Dengan demikian, penelitian terhadap Yayasan India Muslim Selatan Sumut sebagai organisasi menjadi relevan untuk memahami cara yayasan menjaga citra inklusifnya.

Kebaruan dalam penelitian ini dapat dilihat dari subjek, tempat, dan elemen citra yang dianalisis. Subjek penelitian adalah Yayasan India Muslim Selatan Sumut sebagai organisasi sosial-keagamaan berbasis etnis. Data diperoleh melaui wawancara dengan internal dan eksternal yayasan, observasi kegiatan, serta dokumentasi organisasi. Lokasi penelitian di Kota Medan yang merupakan daerah dengan masyarakat yang beragam serta memiliki latar belakang interaksi antarkelompok etnis dan agama yang beragam. Fokus penelitian ini terletak pada praktik *impression management* yayasan untuk menjaga citra sebagai organisasi yang terbuka, ramah, dan dapat diterima oleh masyarakat luas.

Dengan demikian, urgensi penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memahami pengelolaan kesan organisasi sosial-keagamaan berbasis etnis tertentu dalam menjaga citra inklusif di lingkungan masyarakat multikultural. Yayasan yang membawa identitas etnis dan agama tertentu dalam lingkungan sosial yang beragam membuat cara organisasi berkomunikasi, menjalankan program, dan membangun hubungan sosial menjadi penting dalam mencegah munculnya kesan yayasan yang tertutup. Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam pengembangan kajian pengelolaan kesan khususnya dalam konteks organisasi komunitas dan masyarakat multikultural di Indonesia. Peneliti mengangkat judul **"*IMPRESSION MANAGEMENT* YAYASAN INDIA MUSLIM SELATAN SUMUT DALAM MENJAGA CITRA INKLUSIF DI LINGKUNGAN MULTIKULTURAL KOTA MEDAN"**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka perlu adanya fokus penelitian, fokus dalam penelitian ini terletak pada pengelolaan kesan yang dilakukan oleh Yayasan India Muslim Selatan Sumut untuk menjaga citra inklusif di lingkungan multikultural Kota Medan. Penelitian ini mengkaji pengelolaan kesan yayasan melalui komunikasi organisasi, program, perilaku pengurus, dan interaksi sosial yang ditampilkan yayasan kepada masyarakat

Penelitian ini dianalisis dengan menggunakan Impression Management dari Jones dan Pittman yang terdiri dari lima bentuk pengelolaan kesan yaitu ingratiation, self-promotion, exemplification, intimidation, dan supplication. . Kelima strategi tersebut digunakan untuk menganalisis cara yayasan menunjukkan keramahan, kompetensi, keteladanan, ketegasan, serta kebutuhan akan dukungan

dan kolaborasi melalui tindakan kolektif organisasi. dengan data yang terkumpul melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan di atas, maka dapat di kemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

"Bagaimana penerapan *impression management* Yayasan India Muslim Selatan Sumut dalam menjaga citra inklusif di lingkungan multikultural Kota Medan?"

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diuraikan di atas, maka dapat diterapkan tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan bagaimana penerapan *impression management* Yayasan India Muslim Selatan Sumut dalam menjaga citra inklusif di lingkungan multikultural Kota Medan.

1.5 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat antara lain:

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan ilmu pengetahuan dibidang komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan komunikasi organisasi dan komunitas budaya.
2. Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi peneliti sejenis di masa mendatang.
3. Dengan melakukan penelitian ini penulis dapat mengetahui praktik yang terjadi dilapangan sehingga dapat dijadikan sarana meningkatkan kemampuan diri.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Untuk Yayasan India Muslim Selatan Sumut: Memberikan sumbangan pemikiran kepada yayasan tentang bagaimana penerapan *impression management* yang lebih inklusif.
2. Untuk peneliti: Sebagai tambahan wawasan baik dari teori-teori yang diperoleh maupun dari penelitian lapangan yang dilakukan oleh peneliti.