

**BEHAVIOR OF TAKING SELFIE AS THE EMERGENCE OF TREND IN MODERN
LIFE STYLE
(STUDY ON THE STUDENT'S SELFIE ACTIVITY AT UNIVERSITAS RIAU)**

By: Suci Ananda Harisa
Email: sucianandauci94@gmail.com
Counsellor:
Dr. Hesti Asriwandari M.Si

Department of Sociology
Faculty of Social and Political Science
Universitas Riau

Campus Bina Widya Jl. Hr. Soebrantas km 12.5 Simp. Baru, Pekanbaru
28293 - Tel / Fax 0761-63277

Abstract: *Selfie becomes world's trend conducted by various groups ranging from the children to adults. Selfie can be used as a means to fill spare time and become their own entertainment. In fact, most people can feel calm after taking selfie. Selfie also a means to express themselves, for some people. Many people do selfies and upload them to social media for various reasons, such as a hobby, to get the attention and recognition or appreciation for others in social media who see the selfie. This study was conducted to determine how activities and self-concept that shows the emergence of new lifestyle of universitas riau's students. This study used a qualitative method. The number of informants were five people. Data collection techniques used in this research were observation, interview and documentation. The conclusion is that taking selfie activity is a new trend of modern lifestyle which can be seen from how informants or perpetrators selfie consumptive of quota usage internet data packets, the purchase of support equipment for selfie, or perpetrator selfie aims at being popular at social media.*

Keywords: *selfie, lifestyle trends, social media, self-concept*

**PERILAKU BERFOTO SELFIE SEBAGAI KECENDERUNGAN MUNCULNYA
GAYA HIDUP MODERN
(Studi tentang Kegiatan Berfoto *Selfie* pada Mahasiswa di Universitas Riau)**

By: Suci Ananda Harisa
Email: sucianandauci94@gmail.com
Counsellor:
Dr. Hesti Asriwandari M.Si

Jurusan Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Wodya Jl. Hr. Soebrantas km 12.5 Simp. Baru, Pekanbaru
28293- Tel/Fax 0761-63277

ABSTRACT

Selfie menjadi tren dunia yang dilakukan oleh berbagai kalangan mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Selfie bisa dijadikan sarana untuk mengisi waktu luang dan menjadi hiburan tersendiri. Bahkan, sebagian orang bisa merasa tenang setelah melakukan selfie. Selfie juga merupakan sarana untuk mengekspresikan diri, bagi sebagian orang. Banyak orang melakukan selfie dan mengunggahnya ke media sosial dengan berbagai macam alasan, seperti sekedar hobi, dan untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan atau penghargaan bagi orang lain di media sosial yang melihat selfienya. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana aktifitas dan konsep diri yang menunjukkan kecenderungan munculnya gaya hidup pada mahasiswa Universitas Riau. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Adapun jumlah informan yang peneliti dapatkan adalah lima orang. Di dalam pengumpulan datanya peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu, teknik observasi, wawancara dan dokumentasi. Kesimpulan yang didapat yaitu, perilaku berfoto selfie merupakan kecenderungan munculnya gaya hidup modern. Yang dapat dilihat dari bagaimana para informan atau pelaku selfie konsumtif terhadap pemakaian kuota paket data internet, pembelian peralatan pendukung untuk selfie, aktifitas-aktifitas yang dilakukan informan atau pelaku selfie yang sedikit tidaknya bertujuan untuk mengambil foto selfie untuk diunggah ke media sosial, hingga konsumsi mereka terhadap smartphone yang mereka gunakan.

Kata kunci : Selfie, Kecenderungan gaya hidup, Media sosial, Konsep diri

PENDAHULUAN

Perkembangan zaman dimasa modernisasi ini memberikan pengaruh kedalam kehidupan manusia. Segala macam perubahan mulai dari cara bicara, tingkah laku dan berbusana pun mulai tampak di dalam kehidupan sehari-hari manusia. Dan globalisasi telah menawarkan berbagai kemudahan bagi manusia yang diantaranya adalah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Globalisasi juga telah melahirkan situasi dunia yang serba canggih dan cepat. Akibatnya dunia komunikasi dan informasi pun berkembang dengan pesat seiring dengan tuntutan dunia secara global. Teknologi komunikasi yang dulunya memerlukan waktu yang lama dalam penyampaiannya, kini dengan teknologi segala menjadi sangat dekat dan tanpa jarak.

Dulunya, teknologi diciptakan untuk mempermudah setiap pekerjaan ataupun kegiatan manusia. Pemikiran-pemikiran dari manusia inilah yang membuat teknologi menjadi terus berkembang. Kini, produk-produk komunikasi sebagai penunjang untuk mempermudah segala kegiatan masyarakat pun teripta. Menurut Rogers, teknologi komunikasi adalah sebagai perangkat keras, struktur-struktur organisasional dan nilai-nilai sosial dengan mana individu mengumpulkan, mengolah dan saling bertukar informasi dengan individu lain (Indryani, 2015). Kemajuan dan perkembangan teknologi dibidang komunikasi ini terlihat pada produk canggih yang akhir-akhir ini menjadi trend pada masyarakat, yaitu hadirnya *smartphone*. Cepatnya perkembangan pada teknologi dan komunikasi ini membuat *smartphone* yang awalnya sebagai sarana komunikasi akhirnya dapat mengubah fungsi dari *smartphone* itu sendiri.

Seiring dengan berkembangnya media sosial di dunia, muncul suatu kebiasaan baru yang dinamakan *selfie* atau *self picture*. Maksud dari *selfie* ini adalah pengambilan foto yang dilakukan oleh si

pemfoto itu sendiri. Awalnya pengambilan foto hanya dilakukan untuk mengabadikan suatu kejadian, alam ataupun acara. Foto yang telah diambil biasanya akan di cetak dan dimasukkan ke dalam album foto. Seiring dengan berkembangnya zaman foto yang telah diambil akan di post ke dalam media sosial, seperti *path*, *instagram*, *twitter* atau *facebook*.

Tren *selfie* memang sudah cenderung menuju gaya hidup bagi remaja saat ini. *Selfie* membuat kebanyakan orang terutama remaja mengabadikan berbagai macam peristiwa, momen dan situasi apapun kedalam sebuah foto dan kemudian foto itulah yang akan dibagikan ke akun media sosial yang mereka miliki. Apapun kegiatannya entah itu sedang belajar, berkumpul dengan teman, olahraga atau mau tidur dan bangun tidur pun, dan dengan siapapun orangnya kegiatan berfoto *selfie* ini pasti akan dilakukan. Seolah-olah mengabadikan suatu peristiwa dengan berfoto *selfie* ini adalah suatu keharusan, meskipun peristiwa itu sudah terjadi berulang-ulang kali. Dan bahkan tren berfoto *selfie* yang dijadikan kebutuhan oleh remaja ini sudah disalah artikan, dimana pada zaman sekarang ini remaja melakukan *selfie* dimana saja, dan pada saat-saat yang tidak tepat. Contohnya, berfoto *selfie* di sekitar area kebakaran, berfoto *selfie* di area kecelakaan, berfoto *selfie* disebelah jenazah keluarga, dan ada pula yang melakukan *selfie* ditengah-tengah peneror bom yang baru-baru ini terjadi di Jakarta. Tapi sebenarnya inti dari mereka melakukan *selfie* itu adalah untuk memberikan informasi kepada orang lain tentang suatu peristiwa.

Untuk mendapat hasil *selfie* yang bagus, tentu memerlukan *smartphone* yang memiliki fitur kamera yang bagus juga. Hal ini membuat kebanyakan remaja berlomba-lomba membeli dan menggunakan *smartphone* canggih yang bisa menghasilkan foto *selfienya* menjadi lebih bagus lagi dan mendapatkan

tanggapan yang lebih baik dari teman-temannya atau pun pengguna sosial media lainnya.

Fenomena *selfie* berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri, karena dengan melakukan *selfie* seseorang ingin menampilkan sisi terbaik dari dirinya kepada orang lain. Sehingga kesan yang ditinggalkan orang lain pada dirinya bernilai positif dan baik. Hal tersebut akan menciptakan dorongan dari dalam dirinya untuk berbuat dan mencapai sesuatu yang ia inginkan agar dapat memenuhi kebutuhannya.

Seiring dengan berkembangnya media sosial di dunia, muncul suatu kebiasaan baru yang dinamakan *selfie* atau *self picture*. Maksud dari *selfie* ini adalah pengambilan foto yang dilakukan oleh si pemfoto itu sendiri. Awalnya pengambilan foto hanya dilakukan untuk mengabadikan suatu kejadian, alam ataupun acara. Foto yang telah diambil biasanya akan di cetak dan dimasukkan ke dalam album foto. Seiring dengan berkembangnya zaman foto yang telah diambil akan di post ke dalam media sosial, seperti *path*, *instagram*, *twitter* atau *facebook*.

Dr Mariann Hardey mengatakan, *Selfie* adalah salah satu revolusi bagaimana seorang manusia ingin diakui oleh orang lain dengan memajang atau sengaja memamerkan foto tersebut ke jejaring sosial atau media lainnya. Hardey juga mengatakan bahwa dengan memamerkan foto-foto *selfie* tersebut, maka orang yang bersangkutan ingin terlihat bernilai lebih. Dan lebih baik lagi apabila ada yang berkomentar bagus tentang foto tersebut.

Teori Interaksionisme Simbolik

Beberapa orang ilmunan punya andil utama sebagai perintis interaksionisme simbolik diantaranya James Mark Baldwin, William James, Charles H. Cooley, John Dewey, William I. Thomas dan George Herbert Mead. Akan tetapi Meadlah yang paling populer sebagai perintis dasar teori

tersebut. Mead mengembangkan teori interaksionisme simbolik pada tahun 1920-an dan 1930-an ketika ia menjadi profesor filsafat di Universitas Chicago. Namun gagasan-gagasannya mengenai interaksionisme simbolik berkembang pesat setelah para mahasiswanya menerbitkan catatan dan kuliah-kuliahnya, terutama dari buku yang menjadi rujukan utama teori interaksionisme simbolik, yaitu: *mind, self and society* (1934) yang diterbitkan tak lama setelah Mead meninggal dunia. Penyebaran dan pengembangan teori Mead juga berlangsung melalui interpretasi dan penjabaran lebih lanjut yang dilakukan mahasiswanya, terutama Herbert Blumer. Justru Blumerlah yang menciptakan istilah “interaksi simbolik” pada tahun 1937 dan mempopulerkannya dikalangan komunitas akademis (Mulyana, 2001).

Interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas dari manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. Blummer menyatukan gagasan-gagasan tentang interaksi simbolik lewat tulisannya, dan diperkaya dengan gagasan-gagasan dari John Dewey, William I. Thomas, dan Charles H. Colley (Mulyana, 2001).

Perspektif interaksi simbolik berusaha memahami perilaku manusia dari sudut pandang subjek. Perspektif ini menyarankan bahwa perilaku manusia harus dilihat sebagai proses yang memungkinkan manusia membentuk dan mengatur perilaku mereka dengan mempertimbangkan ekspektasi orang lain yang menjadi mitra interaksi mereka. definisi yang mereka berikan kepada orang lain, situasi, objek dan bahkan diri mereka sendirilah, yang menentukan perilaku mereka. perilaku mereka tidak dapat digolongkan sebagai kebutuhan, dorongan impuls, tuntutan budaya atau tuntutan peran. manusia bertindak hanyalah berdasarkan definisi atau penafsiran

mereka atas objek-objek disekeliling mereka (Mulyana, 2001).

Mead (Fritta, 2015) menjelaskan 3 konsep dasar teori interaksi simbolik, yaitu:

1. Pikiran (mind)

Yaitu kemampuan untuk menggunakan simbol yang mempunyai makna sosial yang sama, dimana setiap manusia harus mengembangkan pemikiran dan perasaan yang dimiliki bersama melalui interaksi dengan orang lain. Terkait erat dengan pikiran ialah pemikiran (thought), yang dinyatakan sebagai percakapan didalam diri seseorang. Salah satu aktivitas yang dapat diselesaikan melalui pemikiran ialah pengambilan peran (role-taking) atau kemampuan untuk menempatkan diri seseorang diposisi orang lain, sehingga seseorang akan menghentikan perspektifnya sendiri mengenai suatu pengalaman dan membayangkannya dari perspektif orang lain (west-turner, 2009).

2. Diri (self)

Mead mendefinisikan diri (self) sebagai kemampuan untuk merefleksikan diri sendiri dari perspektif orang lain. Diri berkembang dari cara seseorang membayangkan dirinya dilihat oleh orang lain atau kita melihat diri kita sendiri dalam pantulan dari pandangan orang lain. Hal ini sebagai cermin diri (looking glass self), yang merupakan hasil pemikiran dari Charles Horton Cooley (west-turner, 2009). Menurut mead, melalui bahasa orang mempunyai kemampuan untuk menjadi subjek dan objek bagi dirinya sendiri. Sebagai subjek ("i" atau "aku") kita bertindak, bersifat spontan, impulsif, serta kreatif, dan sebagai objek ("me" atau "daku") kita mengamati diri kita sendiri bertindak, bersifat reflektif dan lebih peka secara sosial (west-turner, 2009).

3. Masyarakat (society)

Mead mendefinisikan masyarakat sebagai sebuah jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu-individu terlibat didalam masyarakat

melalui perilaku yang mereka pilih secara aktif dan sukarela. Masyarakat terdiri atas individu-individu yang mempengaruhi perilaku, pikiran dan diri, yaitu orang lain secara khusus atau orang-orang yang dianggap penting (signifikan others), seperti orang tua, kakak atau adik, teman serta koleganya (west-turner, 2009); dan kelompok rujukan (referene group), yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita, misalnya RT, Ikatan Sarjana Komunikasi, dan lain sebagainya.

Pemikiran interaksi simbolik ini menjadi dasar untuk menjelaskan bagaimana makna atas simbol-simbol yang pelaku *selfie* pahami dan pikirkan dalam melakukan tindakan yang mereka lakukan. Makna atas simbol yang mereka pahami akan semakin sempurna karena adanya interaksi diantara sesama pelaku *selfie*. Simbol-simbol yang mereka ciptakan, pikirkan dan pahami merupakan bahasa yang mengikat aktivitas diantara mereka dan dengan kelompok diluar kelompok mereka. pandangan interaksi simbolik membantu menjelaskan bagaimana pelaku *selfie* memandang dirinya sendiri maupun pandangan orang lain terhadap dirinya dalam memahami ataupun menilai dirinya sendiri.

Konsep Diri

Konsep diri bukanlah faktor yang dibawa sejak lahir, melainkan faktor yang dipelajari dan dibentuk dari pengalaman individu dalam berhubungan dengan individu lain. Setiap individu itu akan menerima tanggapan-tanggapan. Tanggapan-tanggapan yang diberikan tersebut akan dijadikan cermin menilai dan memandang dirinya. Orang yang pertama kali dikenal oleh individu adalah orang tua dan anggota yang ada dalam keluarga. Setelah individu mampu melepaskan diri dari ketergantungannya dengan keluarga, ia akan berinteraksi dengan lingkungan yang lebih luas sehingga akan membentuk suatu gambaran diri dalam individu tersebut. Terbentuknya konsep diri

seseorang berasal dari interaksinya dengan orang lain.

Menurut Calhoun dan Acocella (Fritta, 2015) dalam bukunya mengelompokkan konsep diri dalam dua jenis yang berbeda, yaitu;

a. Konsep diri positif

Konsep diri positif lebih mengarah kepada penerimaan diri, yaitu pada kerendahan hati dan kedermawanan. Konsep diri positif bersifat stabil dan bervariasi. Sehingga orang dengan konsep diri positif dapat menerima dirinya sendiri secara apa adanya dan dapat menerima orang lain

b. Konsep diri negatif

Menurut Calhoun dan Acocella, ada dua konsep diri negatif, yaitu:

1. Pandangan mengenai dirinya sendiri benar-benar tidak teratur: dia tidak memiliki perasaan kestabilan dan keutuhan diri. Dia benar-benar tidak tau siapa dia, apa kekuatan dan kelemahannya atau apa yang dia hargai dalam hidupnya. Kondisi ini normal dan umum di antara remaja.
2. Pandangan mengenai dirinya sendiri yang terlalu stabil dan kaku. Mungkin terjadi karena dia di didik secara keras, sehingga menciptakan citra diri yang tidak mengizinkan adanya penyimpangan dari seperangkat hukum besi yang dalam pikirannya merupakan cara hidup yang tepat

Media Sosial

Adanya globalisasi membuat banyak negara berusaha menciptakan teknologi dan berusaha bersaing dengan negara lain, serta ingin menunjukkan eksistensi negaranya di dunia. Salah satu contoh,

sekarang ini banyak sekali produk alat komunikasi yang multi fungsi (gadget) yang tersebar di seluruh negara. Pemakaian gadget ini juga harus menggunakan internet agar dapat memperoleh informasi yang diinginkan dan berhubungan dengan publik yang lebih luas lagi.

Internet membantu para penggunanya dalam mendapatkan informasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya melalui media sosial. Media sosial merupakan situs dimana penggunanya dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan dapat menampilkan eksistensi diri mereka. Media sosial juga sebagai tempat untuk membagi kegiatan atau aktifitas pengguna. Pengguna juga tidak dirumitkan dalam pembuatan media sosial dan tidak ada batasan ruang dan waktu dimana pengguna dapat membuka media sosial dalam waktu 24 jam. Sehingga memberikan kecanduan bagi para pengguna media sosial. Masyarakat Indonesia banyak yang sudah menggunakan internet dan memakai berbagai macam media sosial diantaranya facebook, twitter, path, line, instagram, BBM dan sebagainya.

Media sosial memiliki dampak negatif maupun positif. Dampak positif media sosial dapat memberi kontribusi dalam memperluas pergaulan serta memberi dan memperoleh informasi yang berguna lewat berbagai fasilitas yang tersedia, sehingga hal ini dapat dijadikan sarana untuk melakukan kebaikan (perilaku prososial) dan menyesuaikan diri dalam bergaul (perilaku fleksibel). Sedangkan secara negatif, media sosial dapat membuat seseorang menipu orang lain, bertengkar, bullying dan lain sebagainya.

Ketika seseorang terpapar dengan media digital dan internet dalam kurun waktu yang lama, hal tersebut akan mengembangkan cara baru untuk bersosialisasi, berinteraksi, berpikir dan

berperilaku (Selviana, 2016). Hasil penelitian Sponcil dan Gitimu (selviana, 2016) menemukan bahwa para mahasiswa setidaknya memiliki satu jenis situs jejaring sosial sebagai sarana untuk membangun komunikasi dan bergaul dengan orang lain yang kurang lebih berpengaruh dalam kehidupannya sehari-hari. Maka, dapat dikatakan bahwa media sosial yang saat-saat ini kian merebak di kalangan masyarakat dunia khususnya di Indonesia dapat mempengaruhi perilakunya dalam kehidupan nyata.

Gaya Hidup

Menurut David Chaney (1996), gaya hidup adalah pola-pola tindakan yang membedakan antara satu orang dengan orang lain gaya hidup tergantung pada bentuk kultural yang masing-masing merupakan gaya, tata krama, cara menggunakan barang dan waktu tertentu yang merupakan karakteristik suatu individu didalam kelompok, namun bukanlah suatu pengalaman sosial, akan tetapi lebih cenderung kepada seperangkat praktik-praktik dan sikap-sikap yang masuk akal dalam konteks tertentu.

Chaney berasumsi, bahwa gaya hidup merupakan ciri dari sebuah masyarakat modern atau biasa juga disebut modernitas. Dalam artiannya yaitu siapapun yang hidup dalam masyarakat modern yang akan menggunakan gagasan tentang gaya hidup untuk menggambarkan tindakannya sendiri maupun orang lain.

Gaya hidup dengan demikian dikaitkan dengan perbedaan pola penggunaan barang, ruang, dan waktu tertentu oleh kelompok masyarakat yang berbeda. Disebabkan gaya hidup mempunyai akar katanya dari gaya, maka ciri-ciri gaya secara umum juga berlaku pada gaya hidup. Meskipun banyak definisi tentang gaya, akan tetapi ada beberapa sifat umum gaya yang juga menjadi sifat gaya hidup, yaitu 1) gaya hidup sebagai sebuah pola, yaitu sesuatu yang ditampilkan atau dilakukan secara berulang-ulang, 2) yang mempunyai massa

(pengikut) sehingga tidak ada gaya hidup yang bersifat personal, dan 3) mempunyai daur hidup (*life-cycle*), artinya ada masa kelahiran, tumbuh, puncak, surut, dan mati (Adlin, 2006).

Gaya hidup menurut Kotler (2002) adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan “keseluruhan diri seseorang” dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Secara umum dapat diartikan sebagai suatu gaya hidup yang dikenali dengan bagaimana orang menghabiskan waktunya (aktivitas), apa yang penting orang pertimbangkan pada lingkungan (minat), dan apa yang orang pikirkan tentang diri sendiri dan dunia di sekitar (opini). Gaya hidup adalah perilaku seseorang yang ditunjukkan dalam aktivitas, minat dan opini khususnya yang berkaitan dengan citra diri untuk merefleksikan status sosialnya.

Ada pun bentuk-bentuk gaya hidup menurut Chaney adalah sebagai berikut:

a. Industri Gaya Hidup

Industri gaya hidup adalah tubuh atau diri dan kehidupan sehari-hari pun menjadi sebuah proyek, benih penyemaian gaya hidup. Itulah sebabnya industri gaya hidup adalah industri penampilan.

b. Iklan Gaya Hidup

Iklan gaya hidup adalah membentuk budaya citra dan budaya cita rasa dimana gempuran iklan yang menawarkan gaya visual yang kadang-kadang mempesona. Iklan mempresentasikan gaya hidup dengan menanamkan secara halus arti pentingnya citra diri untuk tampil dimuka publik. Iklan juga perlahan tapi pasti mempengaruhi cita rasa yang kita buat.

c. *Public Relations* dan *Journalisme* Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam berbasis-selebriti, para selebriti

membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori *fashion*”.

d. Gaya Hidup Mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak pada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat yang digunakan untuk menyusun strategi. Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami bentuk setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan merdeka dan bebas untuk menentukan pilihan secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut.

e. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disukai, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi yang mencari pemahaman mendalam, serta berusaha memahami arti peristiwa dan kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi tertentu.

Dalam penelitian ini yang menjadi subjek/informan penelitian yaitu beberapa mahasiswa yang gemar melakukan foto *selfie* dan aktif di sosial media di Universitas Riau. Untuk pemilihan informan ditetapkan dengan cara purposive sampling yakni pemilihan siapa subyek

yang ada dalam posisi terbaik untuk memberikan informasi yang dibutuhkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Identitas informan

Dari penelitian yang peneliti lakukan dengan studi wawancara mendalam kepada beberapa mahasiswa di Universitas Riau dengan kriteria mahasiswa yang cenderung memiliki kebiasaan berfoto *selfie* dan melakukan upload foto ke sosial media, diperoleh hasil dengan 5 (lima) orang informan yang mewakili untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan dan memiliki kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasar tujuan penelitian.

Aktifitas dalam Berfoto *Selfie*

Dari wawancara yang mendalam pada kelima informan, terlihat bagaimana kelima informan mengisi waktunya dengan berbagai macam aktifitas dan tidak pernah meninggalkan kegiatan berfoto *selfie*. Ketika ke lima informan melakukan aktifitasnya, akan ada waktu bagi mereka untuk melakukan *selfie*, entah itu saat mereka berkeliling mall, mengunjungi tempat karaoke atau nongkrong dan bahkan saat dikelas ketika belajar sekalipun, akan ada waktu yang mereka luangkan untuk berfoto *selfie*. Ke lima informan juga mengakui mengambil foto *selfie* ketika baru bangun tidur atau saat akan tidur. Informan juga mengakui melihat foto diri ketika baru bangun tidur juga salah satu kepuasan bagi dirinya sendiri.

Menurut informan menghabiskan waktu dengan melakukan kegiatan *selfie* adalah suatu hal yang dapat menghilangkan rasa lelah dan memberikan kesenangan tersendiri. Menurut para informan tidak ada waktu khusus untuk melakukan foto *selfie*, foto *selfie* itu merupakan suatu keharusan pada setiap aktifitas yang mereka lakukan. Ketika hari libur para informan melakukan aktifitas

seperti yang lainnya berbelanja atau berkeliling mall, mengunjungi tempat-tempat karaoke dan nongkrong dicafe-cafe yang ada di Pekanbaru.

Aktifitas Berfoto *Selfie* di Media Sosial

Media sosial mungkin sangat cocok dengan gaya hidup generasi muda saat ini. Disini mereka dapat melakukan apa saja yang mereka inginkan yang mungkin terkadang tidak mereka dapatkan di dunia nyata. Dengan hanya membuka akun media sosial kita, kita dapat mengetahui dan berkomunikasi dengan siapa saja di belahan dunia ini.

BBM, LINE, Instagram, Path dan Facbeook merupa beberapa media sosial yang terkenal dikalangan muda. Dimana di dalam media sosial itu kita bebas untuk melakukan apapun yang kita inginkan, baik itu mengunggah foto atau pun berbagi cerita lewat status dan caption.

Pada umumnya pelaku foto *selfie* akan mengunggah hasil fotonya ke media sosial, yang merupakan wadah untuk para pecinta *selfie* atau pun fotografi. Media sosial juga merupakan tempat dimana *selfie* bermula dan kemudian berkembang dikalangan masyarakat hingga menjadi suatu kebiasaan, hobi dan kebutuhan bagi masyarakat itu sendiri, terutama generasi muda. Media sosial lah yang menjadi alasan kenapa mahasiswa seakan kecanduan pada *selfie*. Ditambah lagi media sosial merupakan dunia sendiri bagi pecinta *selfie* untuk bebas mengunggah berbagai macam hasil foto *selfienya*. Selain itu media sosial juga memberikan suatu kebebasan bagi pengguna untuk memberikan komentar, mengikuti atau menambahkan orang lain sebagai teman di media sosial serta memberikan like. Like merupakan sebuah ikon pada media sosial dimana para pengguna mengartikan like itu adalah sebuah penghargaan. Semakin banyak like yang dimiliki pelaku pada foto yang diunggahnya, berarti semakin tinggi penghargaan yang dia rasakan. Dan bentuk dari penghargaan itu adalah berupa kepuleran.

Dengan adanya persepsi tentang like inilah, muncul sikap saling berlomba-lomba dalam menunjukkan atau menampilkan kualitas diri atau sisi terbaik dari diri pelaku *selfie*. Pelaku *selfie* rela untuk bepergian yang jauh atau menghabiskan banyak uang untuk mendapatkan penghargaan itu.

Aktifitas yang dilakukan pelaku *selfie* di media sosial tidak hanya untuk saling mendapatkan penghargaan, tetapi juga saling bertukar informasi dengan yang lainnya. Informasi-informasi itu berupa sebuah peristiwa yang terjadi, tempat-tempat atau lokasi yang indah dan bagus, serta aktifitas-aktifitas sehari-hari dari pengguna media sosial itu.

Perilaku Konsumtif dalam Berfoto *Selfie*

Konsumtif bagian daripada gaya hidup dimana gaya hidup (lifestyle) diartikan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) yaitu adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia didalam masyarakat. Gaya hidup menunjukkan dimana orang mengatur kehidupan pribadinya, kehidupan masyarakat, perilaku di depan umum, dan upaya membedakan statusnya dari orang lain melalui lambang-lambang sosial.

Soebiyakto (Galih, 2015) juga menegaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu hal dimana seringkali konsumen membeli suatu barang maupun suatu produk demi sebuah pengakuan maupun penghargaan, dimana bahwa secara nyata komoditas produk tersebut kurang dibutuhkan bahkan tidak dibutuhkan. Misalnya saja seperti yang terjadi pada kelima informan, dimana untuk mendukung didalam kebiasaannya kelima informan menggonta-ganti smartphone, membeli perlengkapan *selfie* seperti tongsis kabel, *superwide* keluaran terbaru yang fungsinya sama dengan tongsis tanpa kabel dan *fisheye* yang juga mampu menjangkau *view* seperti halnya

superwide. Dan ada juga yang membeli *go pro* yang fungsinya juga tidak berbeda dengan kamera smartphone, hanya agar tidak ribet memasang tongsis dan *superwide* ketika akan melakukan foto *selfie*.

Masyarakat modern adalah masyarakat konsumtif. Masyarakat yang terus menerus berkonsumsi. Namun konsumsi yang dilakukan bukan lagi sekedar kegiatan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan dasar dan fungsional manusia

Dapat dikatakan bahwa masyarakat modern saat ini hidup dalam budaya konsumen. Sebagai suatu budaya, konsumsi sangat mempengaruhi kehidupan sehari-hari dan mampu menstruktur kegiatan keseharian di masyarakat. Nilai-nilai pemaknaan dan harga diri menjadikan sesuatu yang dikonsumsi menjadi semakin penting dalam pengalaman personal dan kehidupan sosial masyarakat (Galih, 2015).

Kelima informan dapat dicontohkan sebagai masyarakat modern, terlihat dari bagaimana kelima informan boros dalam pemakaian kuota internet, sangat sering membeli kartu perdana kuota internet, membeli barang-barang perlengkapan untuk berfoto *selfie* keluaran terbaru dan terkadang menghabiskan waktu dengan berkeliling mall, mengunjungi tempat karaoke, nongkrong dicafe dan liburan keluar daerah hanya untuk mengambil foto atau foto *selfie* sebagai koleksi dan untuk unggahan di media sosial. Dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan itu sudah diluar dari kebutuhan pokok. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan sebagai penunjang dari hobi tersebut menunjukkan suatu gaya hidup sosial dari kelima informan.

Pembentukan Konsep Diri Melalui Selfie di Media Sosial

Media sosial merupakan penyebab terjadinya tren *selfie* yang beredar dikalangan masyarakat diseluruh dunia,

terutama Indonesia. Kemajuan teknologi modern menyebabkan orang-orang mulai terbiasa dan bergantung pada teknologi. Dengan teknologi komunikasi berupa gadget dan smartphone membuat orang-orang tidak perlu waktu lama dalam berinteraksi dengan individu lainnya. Tidak ada satu orang pun yang lepas dari kehidupan dunia maya di media sosial, hingga akhirnya mereka menemukan suatu cara baru dalam berinteraksi dengan individu lainnya yaitu melalui foto *selfie*. Dengan mengunggah foto *selfie* dan memberikan sedikit *caption* pada foto itu membuat para pengguna berganti informasi tentang diri masing-masing

Fisher menjelaskan, mempersepsikan diri tidak hanya sebatas penilaian terhadap diri sendiri, melainkan bagaimana seseorang mempersepsikan orang lain yang memandangnya (Fritta, 2015). Selain itu dalam interaksionisme simbolik juga dijelaskan mengenai diri yang tumbuh melalui negosiasi makna dengan orang lain. Sehingga interaksionisme simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman. Persepsi seseorang selalu diterjemahkan dalam simbol-simbol. Sebuah makna dipelajari melalui interaksi diantara orang-orang, makna tersebut muncul karena adanya pertukaran simbol-simbol dalam kelompok sosial, Kuswarno (Fritta, 2015).

Penelitian yang dilakukan berdasarkan konsep diri adalah untuk mengetahui bagaimana konsep diri mahasiswa sebagai pelaku *selfie*, sehingga akan terlihat apakah konsep diri yang dimiliki mahasiswa, konsep diri positif atau konsep diri negatif sebagai makhluk sosial.

Dasar konsep diri positif adalah penerimaan diri. Kualitas ini lebih mengarah kekerendahan hati dan kekedermawanan dari pada keangkuhan dan keegoisan. Orang yang mengenal

dirinya dengan baik merupakan orang yang mempunyai konsep diri yang positif.

Ke-lima informan memiliki latar belakang yang berbeda satu dengan lainnya, baik dari keluarga atau pun lingkungan sosialnya. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan terlihat 3 (tiga) informan memiliki konsep diri positif yang terlihat dari bagaimana informan merasa puas akan dirinya sendiri, baik berdandan ataupun tidak berdandan.

Ke-tiga informan merasa bersyukur dengan apa yang mereka miliki dan dengan penampilan mereka tanpa malu untuk menunjukkan bagaimana diri mereka kepada orang lain di sosial media. Selain itu mereka juga mengetahui apa kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya, sehingga membuat mereka mengenal potensial yang ada pada diri mereka.

Pernyataan sesuai dengan dasar konsep diri positif yaitu bukan mengarah kepada kebanggaan pada diri sendiri tetapi lebih kepada penerimaan pada diri. Dimana, yang membuat penerimaan diri itu adalah karena seseorang dengan konsep diri positif mengenal dirinya dengan baik, sehingga dapat memahami dan menerima sejumlah fakta tentang dirinya, Calhoun dan Acocela (Fritta, 2015).

Ada 2 (dua) informan yang merasa tidak percaya diri untuk menampilkan dirinya apa adanya. Sesuai dengan konsep diri negatif yang merasa tidak puas akan penampilan dirinya, terutama dalam berfoto *selfie*. Sehingga sebelum melakukan foto *selfie* mereka harus berdandan lebih dulu, atau bahkan melakukan pengeditan yang masimal pada hasil fotonya agar terlihat cantik dan foto yang didapat bagus.

Dimana kegiatan berfoto *selfie* ini juga berhubungan dengan citra yang di persepsikan seseorang atas dirinya sendiri. Dimana seseorang akan berusaha semaksimal mungkin untuk menunjukkan sisi terbaiknya kepada orang lain melalui foto *selfie* yang kemudian akan diunggah

pada akun sosial media yang dimiliki sehingga akan dinilai baik oleh orang lain. Oleh sebab itulah mereka berdandan sebaik mungkin agar mereka mendapatkan penilaian yang baik pula dari orang lain atau teman-teman di sosial medianya. Tapi, hal ini justru memperlihatkan bahwa mereka merasa tidak percaya diri dengan penampilan yang mereka miliki atau mereka tidak bisa menerima diri mereka apa adanya.

Hal ini sejalan dengan konsep diri negatif yang memiliki dua pandangan menurut Calhoun dan Acocela (Fritta, 2015), yaitu:

1. Pandang diri seseorang tentang dirinya benar-benar tidak teratur, dia tidak memiliki perasaan kestabilan dan keutuhan di dalam dirinya.
2. Orang tersebut memiliki konsep diri yang terlalu stabil dan teratur sehingga terkesan kaku.

Pelaku *Selfie* Memaknai Dirinya

Konsep diri merupakan turunan dari teori interaksionisme simbolik karena melalui interaksi simbolik terjadi pertukaran simbol yang diberi makna yang lama-kelamaan akan mampu membentuk konsep diri seseorang. Konsep diri akan mempengaruhi komunikasi seseorang karena melalui konsep diri akan mempengaruhi pesan yang akan disampaikan. Dimana dibutuhkan konstruksi interpretatif diantara orang-orang untuk menciptakan makna (West dan Turner, 2009).

Setiap orang memiliki pemikirannya terhadap dirinya sendiri di berbagai aspek kehidupan. Setiap manusia pasti bisa memaknai dirinya sendiri, dia akan tau dan dapat memberikan penilaian tentang segala yang ada pada dirinya. Baik itu berupa kelebihan ataupun berupa kekurangan pada dirinya, karena manusia berhak menilai dirinya sendiri. Begitu pula dengan para pelaku *selfie*, yang berhak dan mampu menilai dirinya sendiri, baik itu

kelebihan atau pun kekurangan yang dimilikinya.

Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan, para informan atau pelaku *selfie* menganggap *selfie* adalah kegiatan yang positif. Mereka menganggap bahwa melakukan kegiatan berfoto *selfie* dan kemudian mengunggahnya ke sosial media merupakan suatu bentuk ekspresi diri, hobi dan kebiasaan untuk mengabadikan momen. Dan bukan hanya itu, menurut mereka melakukan *selfie* dan mengunggahnya ke media sosial merupakan sarana pengisi waktu luang dan menghilangkan kebosanan

Menurut para informan atau pelaku *selfie*, hal yang mereka lakukan adalah hal yang wajar karena yang mereka inginkan hanyalah mendapatkan hasil terbaik dari apa yang sedang mereka kerjakan. Ke lima informan berpendapat perilaku berfoto *selfie* adalah kegiatan positif yang mampu memberikan mereka kesenangan dan kepuasan tersendiri.

Makna *Selfie* di Media Sosial bagi Pelaku *Selfie*

Kita mungkin sudah tahu bahwa beragam kemudahan yang ditawarkan oleh media sosial membuat kita semakin ketagihan untuk menggunakannya. Padahal efek ketagihan sering menggunakan media sosial ternyata bisa juga mempengaruhi psikologis, kesehatan, kepribadian maupun prestasi kita.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan ke lima informan, bagi mereka media sosial itu adalah tempat dimana mereka bisa mengekspresikan diri, melakukan apapun yang mereka mau dan merasakan kepuasan tersendiri. Kepuasan-kepuasan yang di dapatkan dari media sosial melalui foto *selfie* itu adalah ketika mereka mendapatkan likes yang banyak, komentar positif dan mendapatkan penghargaan dalam bentuk kepopuleran didalam dunia media sosial tersebut.

Menurut mereka, berbagai macam foto, baik foto *selfie* atau pun tidak yang mereka lakukan dan kemudian di unggah ke media sosial bukan tidak ada alasannya. Ketika mereka melakukan *selfie* dan mengunggahnya ke media sosial adalah dengan tujuan untuk mendapatkan suatu penghargaan dan perhatian dari orang lain.

Perilaku berfoto *selfie* kecenderungan Gaya Hidup Modern

Perilaku berfoto *selfie* adalah dampak dari globalisasi dimana teknologi komunikasi semakin canggih dan menciptakan berbagai macam fitur yang membuat masyarakat dapat menikmatinya. Melalui teknologi komunikasi mereka mampu berkomunikasi dengan orang lain di tempat yang berbeda dan dalam kondisi apapun, melalui teknologi komunikasi mereka bisa melakukan bisnis dan menjalin pertemanan. Sehingga mereka mengira orang yang tidak mengikuti kemajuan teknologi dianggap gaptek (gagap teknologi). Untuk menghindari persepsi seperti itu, masyarakat mencoba untuk mendekati diri dengan teknologi hingga akhirnya tanpa disadari masyarakat sudah mulai ketergantungan dengan teknologi.

Berdasarkan hasil wawancara, perilaku berfoto *selfie* dan media sosial ini sudah cenderung menuju gaya hidup modern. Terlihat dari bagaimana teknologi komunikasi seperti *smartphone* membentuk suatu gaya hidup baru berupa media sosial dan *selfie*. Masyarakat pada masa ini merasa media sosial adalah suatu kebutuhan yang dianggap penting dalam kesehariannya, sebab masyarakat terutama generasi muda merasa sudah memiliki dunia yang lain didalam media sosial. Sehingga mereka tidak ingin meninggalkan kehidupan mereka di dunia media sosial tersebut. Karena sebab itulah mereka selalu ingin menangkap momen dan tidak pernah melewatkan momen apapun untuk mengisi kehidupan mereka di dunia media sosial dan mendapatkan

sesuatu yang mereka butuhkan untuk memenuhi kepuasan diri mereka dalam bentuk penghargaan.

Kegiatan-kegiatan didalam media sosial yang berupa *selfie* cenderung menuju gaya hidup, terlihat dari bagaimana sifat konsumtif para pelaku selfie yaitu pada pemakaian dan konsumsi kuota internet, pengkonsumsian alat pendukung *selfie* hingga aktifitas-aktifitas yang dilakukan semata-mata untuk melakukan kegiatan *selfie* yang dilakukan berulang-ulang hingga menjadi sebuah kebiasaan.

KESIMPULAN

Berdasarkan temuan dilapangan dan analisi peneliti, dapat disimpulkan beberapa hal yang terkait dalam masalah penelitian dan hasil pembahasan yaitu:

1. Berdasarkan hasil wawancara pada ke lima informan, diketahui bahwa aktivitas mereka dalam berfoto *selfie* sangat sering dilakukan dan bahkan sudah menjadi kebutuhan yang harus dilakukan setiap harinya, baik disaat senggang ataupun tidak. Kegiatan berfoto *selfie* ini juga dilakukan agar para informan dapat tetap menunjukkan eksistensinya di media sosial, meskipun mereka menyadari bahwa kegiatan berfoto *selfie* dan keaktifan mereka di sosial media membuat mereka jauh dari lingkungan sekitar.
2. Dilihat dari segi konsumtifnya, ke lima informan juga memiliki sifat konsumtif dimana terlihat dari banyaknya penggunaan kuota internet hingga berkali-kali

melakukan pembelian kartu perdana kuota internet hanya untuk memenuhi kebutuhannya dalam berinteraksi di sosial media. Sifat konsumtif tidak hanya dilihat dari pembelian kartu perdana kuota internet, tetapi juga dilihat dari bagaimana ke lima informan antusias dalam pembelian aksesoris pendukung dalam berfoto *selfie*.

3. Ketika melakukan kegiatan foto *selfie*, ke lima informan memiliki konsep diri yang berbeda, tiga dari lima informan memiliki konsep diri positif yang terlihat dari mereka yang percaya diri akan hasil foto dan penampilan mereka apa adanya, tanpa harus berdandan terlebih dahulu. Kemudian dua dari lima informan mempunyai konsep diri negatif, yang terlihat dari kurang percaya dirinya mereka akan penampilan sehingga membuat mereka untuk mempersiapkan diri atau berdandan sebelum berfoto *selfie*.
4. Perilaku berfoto selfie merupakan kecenderungan munculnya gaya hidup modern. Yang dapat dilihat dari bagaimana para informan atau pelaku selfie konsumtif terhadap pemakaian kuota paket data internet, pembelian peralatan pendukung untuk selfie, aktifitas-aktifitas yang dilakukan informan atau pelaku selfie yang sedikit tidaknya bertujuan untuk mengambil foto selfie untuk diunggah ke media sosial, hingga konsumsi mereka terhadap smartphone yang mereka gunakan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Abdul Muhith. 2015. *Pendidikan Keperawatan Jiwa (Teori dan Aplikasi)*. Yogyakarta: Andi Offset

Adlin Alfathri. 2006. *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta dan Bandung: Jala Sutra

Bambang Dwi Atmoko. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita

Calvin S. Hall dan Gardner Lindzey. 1993. *Psikologi Kepribadian & Teori-Teori Holistik (Organismik-Fenomenologis)*. Yogyakarta: Kanisius

David Chaney. 1996. *Lifestyle: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Penerjemah: Nuraeni. Jala Sutra

Dedi Mulyana. 2001. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Dedi Mulyana. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya

Engkus Kuswarno. 2009. *Metodologi Penelitian Komunikasi. Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian Fenomena Pengemis Kota Bandung*. Bandung: Widya Padjajaran

Fachrudin Ashari, dkk. 2015. *Jari Tangan yang Bicara*. Jakarta: Halaman Moeka Publishing

Husaini Usman dan R. Purnomo Setiadi Akbar. 2006. *Pengantar Statistika*. Jakarta: Bumi Aksara

Mardalis. 2002. *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: Bumi Aksara

Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research. Terjemahan oleh Danyatno, Badrus Samsulfatu, Abi, John Rinaldi*. Yogyakarta: Bumi Aksara

Philip Kotler dan Armstrong. 2002. *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prenhalindo

Primada Qurrota ayun, dkk. 2014. *Cyberspace and Culture: Melihat Budaya Konsumerisme, Gaya Hidup dan Identitas dalam Dunia Cyber*. Yogyakarta: Buku Litera

R. Plummer. 1983. *Life Span Development Psychology: Personality and Socializations*. New York: Academic Press

Rakhmat Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Richard West dan Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi (edisi 3)*. Jakarta: Salemba Humanika

Sakinah. 2002. *Media Muslim Muda*. Solo: Elfata

Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta

Tatik Suryani. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Jurnal:

Angga Hadi Putra. 2015. Trend Selfie (self potrait) di Jejaring Sosial (Studi Tentang Faktor Pendorong, Perubahan Gaya Hidup, dan Dampak Foto Selfie di Jejaring Sosial pada Mahasiswa Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung)

Dian Eka Pratiwi. 2012. Perilaku Konsumsi Mahasiswa (Studi Deskriptif Perilaku Konsumsi Mahasiswa PMDK Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Surabaya) Sosiologi FISIP UNAIR

Fritta Faulina Simatupang. 2015. Fenomena Selfie (Self Potrait) di Instagram (Studi Fenomenologi pada Remaja di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru) Vol.2 No.1

Galih Ika Pratiwi. 2015. Perilaku Konsumtif dan Bentuk Gaya Hidup (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Motor Bike of Kawasaki Rides Club (BKRC) Chapter Malang)

Indryani Utari Siregar. 2015. Makna Selfie sebagai Bentuk Ekspresi Diri Mahasiswa Fikom UNISBA

Selviana. 2016. Media Sosial dalam Perspektif Psikologi. Vol.2 No.11

Susi Sinaga. 2014. Peranan Gaya Hidup Konsumtif Mahasiswa terhadap Pertumbuhan Usaha Kuliner (Studi pada Usaha Kuliner di Sekitar Universitas Sumatera Utara)

Internet :

Arina Yulistara, 2014. *Pamer Foto Selfie di Media Sosial Adakah manfaatnya? Ini Kata Psikolog.* Dari: wolipop.detik.com/read/2014/02/07/112832/2490100/852/pamer-foto-selfie-adakah-manfaatnya-ini-kata-psikolog

Gin Seladipura. 2013. *Selfie Mewarnai 2013.* Dari: <http://ginseladipura.com//2013/12/26/selfie-mewarnai-2013/>

Mita Wijayanti. 2015. *Perkembangan media Sosial di Indonesia.* Dari: mitawijayanti.2015.komunikasi.us/index.php/course/3689-perkembangan-media-sosial-di-indonesia

Nugraheni,P.N.A.2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal.* Dari: <http://masbow.com>

Puji setriya.2012. *Sosiologi Gaya Hidup.* Dari: Pujisetriya.blogspot.co.id/2012/12/sosiologi-gaya-hidup.html

Sekar Putri. 2014. *Remaja Lebih Suka Instagram daripada Facebook.* Dari: <http://www.marketing.co.id/remaja-lebih-suka-instagram-daripada-facebook/>

Yanih Sani. 2014. *Gaya Hidup Modern pada Perilaku Konsumen.* Dari: <https://yanihsani.wordpress.com/2014/10/12/gaya-hidup-modern-pada-perilaku-konsumen>

<http://id.wikipedia.org/wiki/media-sosial>

[http://id.wikipedia.org/wiki/path-\(jejaring-sosial\)](http://id.wikipedia.org/wiki/path-(jejaring-sosial))

<http://id.wikipedia.org/wiki/instagram>

<http://id.wikipedia.org/wiki/facebook>

<http://id.wikipedia.org/wiki/twitter>

<http://id.wikipedia.org/wiki/flicker>

<http://id.wikipedia.org/wiki/line>

www.bitebrands.co/2015/01/sejarah-dan-perkembangan-media-sosial.html

www.kompasiana.com/denilbeatbox/meny-alamatkan-generasi-muda-dari-bahaya-jejaring-sosial-social-network-54f82793a33311af608b4