

FENOMENA *SELFIE* (BERFOTO SENDIRI) DI AKUN MEDIA SOSIAL PATH SEBAGAI BENTUK EKSPRESI DIRI (PADA REMAJA SMK PGRI 3 MALANG)

Rio Ramadhan, Akhirul Aminulloh, Ellen Meianzi Yasak

Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang

Email : rioramadhan003@gmail.com

***Abstract:** The phenomenon of selfie in teenagers is now growing rapidly because it is supported by a variety of social media such as a social media Path. The phenomenon of selfie shows the human tendency to create a good impression on others through self-portraits uploaded to social media. This study uses qualitative research design which is intended to capture and describes the information in a real condition of the original source on the subject study and the current conditions of the phenomenon of selfie on social media accounts Path. The researchers have had a clear definition of the subject study and use the questionnaire to get the information needed. The result of this study proves that the phenomenon of selfie on social media Path in teenagers of SMK PGRI 3 Malang was dominated by the teenage girls. This is because the teenage girls are more interest than the teenage boys to do the selfie. In general, teenage girls who have a high curiosity, exploring and trying everything they had never experienced.*

***Keywords:** The Phenomenon of Selfie, Social Media, Path, Case Study*

Abstrak : Fenomena *selfie* pada kalangan remaja saat ini berkembang dengan pesat karena didukung oleh berbagai media sosial seperti akun media sosial Path. Fenomena *selfie* menunjukkan kecenderungan manusia untuk menciptakan kesan baik pada orang lain melalui potret diri yang diunggah ke media sosial. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dimaksudkan untuk menjangkau dan mendeskripsikan informasi pada kondisi asli sesuai bersumber pada subjek yang diteliti dan kondisi terkini tentang fenomena *selfie* di akun media sosial Path. Peneliti initalah memiliki definisi jelas tentang subjek penelitian dan akan menggunakan pertanyaan dalam menggali informasi yang dibutuhkan. Hasil penelitian membuktikan bahwa fenomena *selfie* di akun media sosial Path pada remaja SMK PGRI 3 Malang lebih banyak di gemari oleh remaja putri. Hal ini dikarenakan minat remaja putri lebih dominan untuk melakukan *selfie* dibandingkan remaja putra. Pada umumnya, remaja putri yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan menjelajah segala sesuatu, dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya.

Kata kunci: *Fenomena Selfie, Media sosial, Path, Case Study*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini memberi perubahan yang cukup besar pada kehidupan manusia terutama pada mediasosial (wiki, blog, *virtual game*, mediasosial, dan lain-lain) semua itu hadir sebagai bagian dari perkembangan internet yang telah membawa banyak perubahan untuk memenuhi kebutuhan akan perubahan tersebut. Salah satu bentuk media social tersebut ialah *path Path* adalah sebuah aplikasi media social pada telepon pintar yang memungkinkan penggunaanya untuk berbagi gambar dan juga pesan (Adhi, 2014 : 9). Dave Morin, salah satu dari pendiri Path berkata “yang menjadi visi utama kami adalah untuk membuat sebuah media sosial dengan kualitas yang tinggi dan menjadikan pengguna nyaman untuk berkontribusi setiap waktu (Aditya, 2012:9).

Dengan kemunculan *path* ini, banyak kegiatan yang dapat diunggah melalui foto dan salah satunya ialah kegiatan *selfie*, dengan menggunakan kamera *handphone*, dimana foto-foto tersebut dapat diunggah ke-*path* dengan fitur yang dimiliki media social tersebut.

Awal penggunaan kata *selfie* pada tahun 2002. Kata ini pertama kali muncul dalam sebuah forum *Internet Australia (ABC Online)* pada tanggal 13 September 2002 (Adhi, 2014). *Selfie* merupakan sebuah fenomena yang sedang *booming* khususnya di kalangan remaja. Hal ini dikarenakan foto *selfie* yang diunggah ke media social seperti *path* dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi diri para remaja tersebut. *Selfie* pada awal kemunculannya bertujuan untuk informasi foto kepada orang lain tentang apa yang dilakukan pada saat dia berfoto baik memamerkan keindahan alam maupun barang yang dimiliki.

Fenomena *selfie* berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri (*self image*). Karena melalui *selfie* (berfoto sendiri), setiap orang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif. Hal tersebut akan menciptakan dorongan dari dalam dirinya untuk berbuat dan mencapai sesuatu supaya dapat memenuhi kebutuhannya (Ahmad, 2014).

Selain itu, melalui kegiatan *selfie* dan mengunggahnya ke-*path* juga dapat membuat remaja menilai dirinya sendiri atau dinilai oleh orang lain. Usaha-usaha yang dilakukan oleh remaja secara tidak langsung membuat remaja berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Entah berapa ribu atau bahkan juta foto *selfie* yang diunggah keberbagai jejaring social atau pun aplikasi *smartphone* setiap harinya (C. Richard, 2010 : 33).

Kepopuleran foto *selfie* atau foto narsis terhadap diri sendiri merupakan sebagai bentuk komunikasi intrapersonal. Sebelum melakukan foto *selfie* kita pasti berkomunikasi dengan diri sendiri. Dimana produk dari foto *selfie* ini merupakan alat yang sangat mendukung untuk berkomunikasi dan dapat memberikan keterangan informasi tentang sesuatu hal kepada orang lain secara nonverbal.

Fenomena *selfie* kini telah menjadi hal wajib dilakukan, terutama untuk mereka yang narsis karena foto *selfie* pada umumnya merupakan cara seseorang untuk merekam sebuah momen yang kemudian memperlihatkan kepada orang lain. *Selfie* juga sudah menjadi gaya hidup bahkan kebutuhan hidup untuk anak muda, selain itu *selfie* menjadi fenomena yang tidak asing lagi, karena dapat mempengaruhi masyarakat dengan cepat bahkan mempengaruhi dunia dengan cepat.

Menurut Rogers teknologi komunikasi adalah sebagai perangkat keras, struktur-struktur organisasional, dan nilai-nilai sosial dengan mana individu mengumpulkan, mengelola, dan saling bertukar informasi dengan individu lain (Noegroho, 2010:11). Munculnya teknologi komunikasi pada hakekatnya didorong oleh kebutuhan manusia. Dengan kebutuhan teknologi komunikasi muncul sebuah inovasi baru alat berkomunikasi yang dinamakan *smartphone*.

Selfie adalah jenis foto potret diri yang di ambil sendiri dengan menggunakan kamera *handphone*. Kepopuleran foto *selfie* atau foto narsis terhadap diri sendiri merupakan bentuk komunikasi intrapersonal. Sebelum melakukan *selfie* kita pasti berkomunikasi dengan diri sendiri. Dimana produk dari foto *selfie* ini

merupakan alat yang sangat mendukung untuk berkomunikasi dan dapat memberikan keterangan informasi tentang sesuatu hal kepada orang lain secara nonverbal (Noegroho, 2010:11)

Foto *selfie* ini akan menarik karena dalam penelitian ini, peneliti ingin memperlihatkan apa saja motif-motif seseorang melakukan foto *selfie*, terlebih pengkajiannya dengan menggunakan selain itu fenomena foto *selfie* menarik untuk di kaji, karena fenomena foto *selfie* merupakan fenomena baru dalam ilmu komunikasi yang mana, seseorang tergantung pada media dalam memenuhi kebutuhannya menggunakan media melalui foto *selfie* pada akun media Path nya.

Pada saat ini fenomena *selfie* di akun media sosial *path* pada remaja sangat berkembang, sehingga dalam perkembangan fenomena *selfie* dapat berbagai pro dan kontra dari berbagai pihak terutama bagi kalangan orang tua karena anaknya akan tumbuh menjadi remaja narsistik dan mementingkan diri sendiri. Fenomena *selfie* menjadi jalan untuk menunjukkan eksistensi diri sendiri dihadapan orang lain melalui media sosial. *Selfie* dapat dikatakan pula sebagai salah satu bagian dari seni komunikasi visual dalam bentuk instan yang mengedepankan tentang informasi pribadi. Dari pembahasan maka peneliti tertarik meneliti dengan judul fenomen *selfie* di akun media sosial *path* pada kalangan remaja di SMK PGRI 3 Malang.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kualitatif. Informan dalam penelitian ini sebanyak tujuh siswa-siswi SMK PGRI 3 Malang. Teknik pengumpulan data yang lakukan oleh peneliti adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Metode analisa data yang di gunakan yaitu metode deskriptif, dimana mendeskripsikan hasil data yang diperoleh. Fenomena *selfie* berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri (*self image*). Karena melalui *selfie* (berfoto sendiri), setiap orang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif. Hal tersebut akan menciptakan dorongan dari dalam dirinya untuk berbuat dan mencapai sesuatu yang di ingin agar dapat memenuhi kebutuhannya. Dalam proses melakukan *selfie* maka ada beberapa hal yang perlu digali tentang apa alasan remaja melakukan *selfie* sehingga menimbulkan dampak berupa positif maupun negatif, untuk mencegah berlebihnya kegiatan *selfie* pada kaum remaja maka dilakukan proses analisis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fenomena *selfie* di kalangan remaja SMK PGRI 3 Malang lebih banyak di Gemari oleh remaja putri.

Hal inidikarenakan minat remaja putri lebih dominan untuk melakukan *selfie* dibandingkan remaja putra. Pada umumnya, remaja putri yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan menjelajah segala sesuatu, dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya. Prilaku dalam bentuk *selfie* tersebut dilihat oleh remaja putri. Ketika hasil *selfie* semakin baik maka motivasi untuk mengunggah ke media sosial semakin besar. Dimana dalam diri seorang remaja terdapat kebutuhan akan penghargaan dari orang lain, status, ketenaran, dominasi, kebanggaan, dianggap penting dan apresiasi dari orang lain. Orang-orang yang terpenuhi kebutuhannya akan harga diri akan tampil sebagai orang yang percaya diri, tidak tergantung pada orang lain dan selalu siap untuk berkembang terus untuk selanjutnya meraih kebutuhan yang tertinggi yaitu aktualisasi diri.

Aktualisasi diri adalah proses menjadi diri sendiri dan mengembangkan sifat-sifat dan potensi psikologis yang unik. Aktualisasi diri akan berubah sejalan dengan perkembangan hidup seseorang. Ketika mencapai usia tertentu (*adolensi*) seseorang akan mengalami pergeseran aktualisasi diri dari fisiologis ke psikologis. di akun media sosial Path sehingga tidak ketinggalan zaman, memberikan informasi pada teman tentang apa yang dilakukan dan mengisi aktivitas luang remaja sehingga mengurangi rasa bosan dan untuk menambah koleksi foto. Terlalu sering mengunggah foto *selfie* menggambarkan narsis yang semakin meningkat di kalangan remaja. Hal ini juga menyebabkan munculnya anggapan bahwa remaja yang memiliki hobi *selfie* lebih akan mementingkan penampilan dan kecantikan fisik (Walker, 2013:65). Remaja yang kecanduan

Dengan demikian, konsep diri adalah skema diri, yaitu pengetahuan tentang diri, yang mempengaruhi cara seseorang mengolah informasi dan mengambil tindakan. Jika skema social objeknya orang lain, maka dalam skema diri objeknya diri sendiri, melalui bahas agambar, remaja menyampaikan pesan secara visual mencakup berbagai jenis pesan, yaitu berupa penyampaian pesan, ide, gagasan, visi, sikap fotografer dan penikmatnya (Tegar, 2013:39).

Siswa-siswi SMK PGRI 3 Malang Lebih Eksis Di Media Sosial Dari Pada Dalam Kehidupan Sosial.

Kehadiran media path di kalangan remaja menjadi suatu fenomena yang menarik, Seperti yang kita ketahui, bahwa keberadaan internet di Indonesia paling banyak di akses oleh remaja. Penggunaan dan tingkah laku internet dengan para remaja, menunjukkan bahwa setidaknya 30 juta orang remaja di Indonesia yang mengakses internet secara regular, itu berarti hampir setengahnya adalah remaja. Kehadiran media sosial di kalangan remaja, membuat ruang *privat* seseorang melebur dengan ruang publik. Terjadi pergeseran budaya di kalangan remaja, para remaja tidak segan-segan mengupload segala kegiatan pribadinya untuk disampaikan kepada teman-temannya melalui akun media sosial dalam membentuk identitas diri mereka. Penelitian ini ingin mendeskripsikan bagaimana fenomena *selfie* digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri.

Keberadaan internet secara tidak langsung menghasilkan sebuah generasi yang baru. Generasi ini di pandang menjadi sebuah generasi masa depan yang diasuh dan dibesarkan dalam lingkungan budaya baru media digital yang interaktif, yang berwatak menyendiri (desosialisasi), berkomunikasi secara personal, melek computer dibesarkan dengan video games dan lebih banyak waktu luang untuk mendengarkan radio dan televisi (Ibrahim, 2011: 310). Terjadi pergeseran budaya, dari budaya media tradisional yang berubah menjadi budaya media yang digital. Salah satu media sosial yang cukup berpengaruh di Indonesia adalah Facebook. Nilai individu yang ditampilkan secara tidak langsung telah menggambarkan konsep diri terhadap individu dan berinteraksi dengan individu

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan maka dapat disimpulkan bahwa fenomena *selfie* akun media sosial Path pada remaja SMK PGRI 3 Malang Dari data diketahui bahwa fenomena *selfie* lebih banyak di gemari oleh remaja putri yaitu sebanyak 5 orang atau di hitung dalam persenan sebanyak 71, 42 %, sedangkan remaja putra yang eksis di fenomena *selfie* yaitu sebanyak 2 orang atau di hitung dalam persenan sebanyak 28, 57 %. Hal dikarenakan minat remaja putri lebih dominan untuk melakukan selfie dibandingkan remaja putra. Pada umumnya, remaja putri yang memiliki rasa ingin tahu yang tinggi, dan

menjelajah segala sesuatu, dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya. Prilaku dalam bentuk *selfie* tersebut dilihat oleh remaja putri. Ketika hasil *selfie* semakin baik maka motivasi untuk mengunggah ke media sosial semakin besar. Dimana dalam diri seorang remaja terdapat kebutuhan akan penghargaan dari orang lain, status, ketenaran, dominasi, kebanggaan, dianggap penting dan apresiasi dari orang lain. Orang-orang yang terpenuhi kebutuhannya akan harga diri akan tampil sebagai orang yang percaya diri, tidak tergantung pada orang lain dan selalu siap untuk berkembang terus untuk selanjutnya meraih kebutuhan yang tertinggi yaitu aktualisasi diri.

Dunia berkembang secara dinamis karena adanya globalisasi dimana semua mendunia dan satu sama lain saling mengetahui. Internet adalah salah satu kemajuan teknologi yang membantu menyebarkan semua informasi di seluruh dunia. 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. Indonesia merupakan negara yang konsumsi masyarakatnya tinggi terhadap media sosial. Media sosial yang dipakai masyarakat sangat beraneka ragam, di antaranya yaitu facebook, twitter, path, line dan sebagainya. Media sosial yang beredar ke penjuru dunia memberikan pengaruh yang positif dan negatif, penggunaan media sosial mengakibatkan berubahnya gaya komunikasi serta karakteristik masyarakat. Media sosial juga digunakan sebagai tempat para remaja mengeksistensikan diri mereka dalam berinteraksi dengan pengguna media sosial lainnya.

SARAN

1. Bagi Masyarakat

Secara sosial pengalaman – pengalaman yang diungkapkan para informan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan bagi masyarakat supaya mereka dapat lebih terbuka, cerdas dan & bisa mencari informasi dalam jejaring media sosial

2. Bagi Remaja

Secara sosial pengalaman – pengalaman yang diungkapkan para informan dalam penelitian ini dapat dijadikan bahan rujukan bagi remaja untuk dapat menghargai dan menerima diri mereka khususnya pada penampilan fisik secara positif agar mereka dapat memperoleh kebahagiaan dalam diri mereka, bahwa foto *selfie* dapat di jadikan sebagai penyalur ekspresi dan emosi yang positif.

3. Bagi peneliti selanjutnya.

Di harapkan kepada peneliti selanjutnya dalam proses penelitian berfokus pada dampak *selfie* di akun media sosial Path yang di rasakan remaja sehingga hasil penelitian ini bisa diperkuat. Pokok bahasan foto *selfie* sangatlah menarik dan masih bisa di gali lagi dalam penelitian ilmiah, peneliti masih memiliki batasan dalam melakukan penelitian motif foto *selfie* dalam Path.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Adhi. 2014. *Info Seputar Jejaring Media Sosial Terpopuler Di Indonesia*. (29/03/2015).
- Aditya, Yuwana, T. 2012. *Analisis Semiotik Foto Berita Tentang Makna Peristiwa Banjir Di Kabupaten Bandung Pada Hari Umum Galamedia Dan Bandung Ekspres*. Skripsi: Universitas Negeri Bandung.
- Ahmad, A. 2014. *Sejarah selfie serta efek positif dan negatifnya*. (28/03/2015).

- Arikunto, S. 2009. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Edisi Revisi 6*. PT. Rineka Cipta. Jakarta
- Bungin. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edisi Pertama. PT. Rosdakarya, Bandung.
- Curtin, Elise. 2013. *Dampak selfi bagi kepercayaan diri remaja*. Skripsi: Universitas brawijaya Malang.
- Creswell (dalam Hardiansyah 2010) *Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Teori dan Praktik Ilmu Komunikasi*. PT. Resdakaya, Bandung.
- Fisher, Eric. 2010. *Konsep Diri Remaja*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Hamzah. 2012. *Dunia Fotografi*. PT Raja Garfindo Persada, Jakarta.
- Spencer, T. (2009). *Seri teladan humor sufistik: Harga sebuah loyalitas*. PT. Erlangga. Jakarta.
- Siregar, Indrayani. 2015. *Pengaruh Foto Selfie Terhadap Karakter Mahasiswa fikom Unisba*. Skripsi: Mahasiswa Universitas Islam Bandung.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Sukardi. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif, Kompetensi dan Praktik*. PT. Bumi Jakarta.
- Sutopo, H.,B, 2009. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Surakarta Sebelas Maret: University Press.
- Tegar, Hermansyah. 2013. *Analisis Semiotika Foto Di Webside Universitas Indonesia*. Skripsi: Universitas Indonesia. Jakarta.
- Walker, M. (2013). *The good, the bad, and the unexpected consequences of selfie-obsession. Teen Vogue*. (28/03/2015).