



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Keberadaan internet sebagai media baru mempunyai hal yang positif dalam menyajikan berbagai informasi. Fitur dalam internet yang disebut media sosial seperti Facebook, Path, Instagram, Line, Whatsapp dan lainnya dapat membantu menyajikan informasi yang akurat dan cepat untuk memublikasikan kepada semua masyarakat yang membutuhkan beberapa informasi dengan cara yang mudah. Kemudahan ini membuat para pengguna media sosial merasa puas dan nyaman sehingga internet sudah menjadi suatu kebutuhan dikalangan masyarakat. Internet sudah mewabah dimana mana dan digunakan setiap hari untuk berkomunikasi dan bertukar informasi. (Ardianto dkk, 2009, h.151)

Teknologi telah menciptakan *template* baru dalam komunikasi dengan akses terbuka seperti untuk berkomunikasi, kebebasan berekspresi untuk *platform* atau kerangka baru. Datangnya era jejaring sosial telah melahirkan akses tak terbatas untuk kebebasan berbicara di lingkungan sosial masyarakat. (Courtney, et al, 2010, para. 5)

Menurut Nasrullah (2015, h.39) terdapat beberapa referensi yang mengkategorikan jenis-jenis media sosial. Misalnya pembagian media sosial yang dapat dilakukan berdasarkan model jaringan yang terbentuk, berdasarkan karakter pengguna, atau berdasarkan pada file yang disebar di antara pengguna. Ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

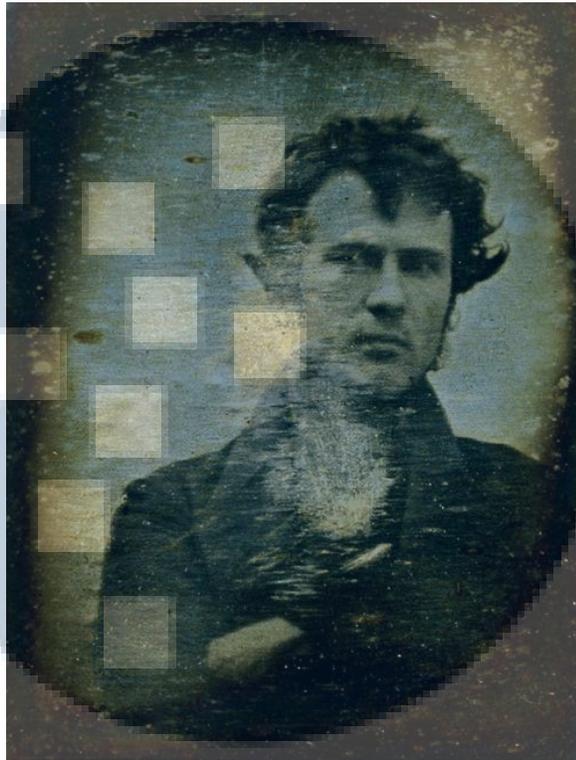
1. Media jejaring sosial (*social networking*)
2. Jurnal online (*blog*)
3. Jurnal online sederhana atau microblog (*micro-blogging*)
4. Media berbagi (*media sharing*)
5. Penanda sosial (*social bookmarking*)
6. Media konten bersama atau Wiki.

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet. Karakternya adalah membentuk jaringan di antara penggunanya. Kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Jaringan yang terbentuk antar pengguna ini pada akhirnya membentuk komunitas yang secara sadar maupun tidak akan muncul nilai-nilai yang ada di masyarakat sebagaimana ciri masyarakat dalam teori-teori sosial. (Nasrullah, 2015, h. 16-17)

Seiring berkembangnya zaman, semakin berkembang pula *feature* teknologi dalam masyarakat. Kehadiran media sosial seperti Instagram telah membawa fenomena baru di kalangan remaja dan dewasa, yaitu *selfie*. *Selfie* atau *Self Portrait* baru-baru ini didefinisikan sebagai fotografi potret diri sendiri atau dari diri sendiri dan orang lain yang diambil memakai kamera atau kamera ponsel, kemudian di *share* melalui media sosial (Sorowkosca, 2016, para. 119). Kata '*selfie*' mulai tercantum di *Oxford English Dictionary* pada 2013. Saat mengambil foto *selfie*, individu dapat melihat tampilan diri sendiri seperti dalam gambar. Jutaan foto *selfie* telah diunggah di berbagai situs jejaring sosial. Mereka telah menjadi media baru untuk mengekspresikan diri dalam jejaring sosial tersebut. (Qiu, et al, 2015, para. 443).

Selfie pertama kali dilakukan oleh seorang fotografer yang bernama Robert Cornelius. Ia menjadi salah satu orang pertama di dunia yang melakukan eksperimen dengan proses fotografi di Amerika Serikat. Ia melakukan foto *selfie* pertama kalinya di toko pelat milik keluarganya pada Agustus 1839. Foto *selfie* pertamanya lalu dicetak dan kemudian ia beri judul "*the first light picture ever taken: 1839*". (Dinius, 2015, para. 446)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Gambar 1.1 Robert Cornelius

Sumber : Google

Selfie sebagai sesuatu yang tidak asing lagi bagi kita saat ini merupakan sebuah fenomena yang sedang populer khususnya di kalangan remaja. Hal ini karena foto yang diunggah melalui media sosial seperti Instagram dapat memenuhi kebutuhan aktualisasi para remaja tersebut. Mereka merasa *selfie* sebagai media yang menyalurkan kebutuhan mereka. (Simatupang, 2015, para, 2). Foto yang diunggah di media sosial biasanya seperti contoh wanita yang membuat bibirnya cemberut atau biasa dibilang *duck face*. *Angle* atau posisi kamera yang buruk dapat mempengaruhi bentuk foto tersebut sehingga pengguna mengulang kembali hasil foto sampai mendapatkan *angle* kamera yang baik. (Saltz, 2014, para. 2).



Gambar 1.2 *Selfie Statistics*

Sumber : Infogr.am

Dilansir data dari statistik *Infogr.am*, setiap harinya para pelaku foto *selfie* menembus hingga satu jutaan orang. Pelaku foto *selfie* pun kebanyakan berusia 18-24 tahun. Setiap harinya paling sedikit satu kali para pelaku mengunggah di media sosial. Negara yang paling banyak mengunggah foto *selfie* pada 2014 adalah Australia (*"Selfie Statistics"*, para. 1).

Fenomena *selfie* berkaitan dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri. Melalui *selfie*, setiap orang ingin menampilkan sisi baiknya kepada orang lain, sehingga kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif. Hal tersebut akan mendorong dirinya untuk berbuat dan mencapai sesuatu yang ia inginkan agar dapat memenuhi kebutuhannya. Selain itu kegiatan *selfie* dan

mengugahnya di Instagram juga dapat menilai dirinya sendiri atau dinilai oleh orang lain. (Simatupang, 2015, para, 2)

Ada argumen yang menyatakan bahwa *selfie* lebih membawa dampak negatif daripada dampak positif bagi penggunanya, seperti *obsessive compulsive disorder* yaitu gangguan kejiwaan yang dialami seseorang ditandai dengan pemikiran yang berulang-ulang, *body dysmorphic disorder*, yaitu tidak bisa berhenti memikirkan penampilannya dari cacat sedikitpun, dan obsesi *selfie* yang akan menyebabkan kelainan jiwa. Selain itu, *selfie* juga dapat membahayakan keselamatan karena memiliki rasa keinginan yang berlebihan yang dapat membuat para penggunanya tidak mengenal waktu dan tempat mereka sedang melakukan aktivitas *selfie* tersebut. *Selfie* lebih melibatkan citra diri, kepercayaan diri, dan harga diri mereka sendiri. Selain itu, *American Psychiatric Association (APA)* telah resmi mengklasifikasikan bahwa '*selfie*' sebagai *mental disorders* atau gangguan mental. (Tajuddin, 2015, para. 127)

Ada banyak tipe-tipe *selfie* yang dilakukan oleh para pelakunya, salah satunya adalah tipe *selfie extreme* atau biasa disebut *rooftopping*. Tipe foto ini sangat memiliki nilai adrenalin yang tinggi dan biasanya dilakukan oleh orang-orang yang profesional. Gerakan fotografi ini dapat membuat jantung berdetak sangat kencang karena pengambilan gambar yang terlalu ekstrem. Biasanya dalam pengambilan gambar ini sensasi yang didapatkan adalah saat menaiki gedung paling atas dan mencari bagian ujung gedung untuk melakukan aktivitas ekstrem tersebut, bahkan

ada yang sengaja tergantung agar pengambilan gambar itu dinilai unik dan lain daripada yang lain. (Mcqueeney, 2012, para.1)

Selfie ekstrem memang banyak dilakukan oleh orang-orang yang profesional dalam melakukan kegiatan tersebut dan mereka juga mengetahui konsekuensi yang didapatkan dalam kegiatan tersebut, tetapi kegiatan itu juga dilakukan oleh para pelaku yang tidak memiliki keahlian dalam melakukan proses *selfie* ekstrem sehingga membahayakan diri sendiri bahkan sampai meninggal dunia dalam melakukan aktivitas *selfie* ekstrem tersebut.

Sejak 2014, 49 orang telah dilaporkan tewas akibat beberapa kecelakaan karena aktivitas *selfie*. Lebih dari seperempat kematian yang terkait *selfie* didominasi oleh mereka yang berusia 21 tahun dan 75 persen dari jumlah seluruhnya adalah laki-laki. Tempat yang paling berbahaya untuk dijadikan sebagai lokasi melakukan *selfie* ini seperti tempat-tempat yang tinggi atau di dalam air. (Darnila, 2016, para. 2)

Kematian akibat *selfie* terutama terjadi di tempat wisata. Umumnya pengunjung kurang hati-hati sehingga jatuh dan berakibat fatal. Pada September 2015 lalu misalnya, seorang turis Jepang meninggal di Taj Mahal karena jatuh saat sedang melakukan *selfie*. (Kristo, 2016, para. 1)

Selfie ekstrem adalah salah satu bentuk komunikasi karena para pelakunya merekam sebuah momen yang diperlihatkan kepada orang lain. Aktivitas *selfie* ekstrem ini pun merupakan bentuk komunikasi intrapersonal. Kegiatan ini juga dapat

disebut dengan bentuk komunikasi non verbal. Bentuk komunikasi non verbal sendiri seperti bahasa isyarat, bahasa wajah, simbol-simbol, warna, dan lain sebagainya.

Melalui komunikasi non verbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang dan berbagai macam lainnya. Komunikasi non verbal juga bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan. (Effendi, 2003, h.53)

Dalam beberapa *website* salah satunya Library Genesis yang peneliti akses, peneliti tidak menemukan adanya jurnal yang membahas tentang fenomena *selfie* ekstrem atau biasa disebut *rooftopping*. Maka dari itu peneliti ingin melakukan penelitian yang berbeda dari yang lain yaitu membahas tentang makna aktivitas *selfie* ekstrem yang dilakukan oleh para pelakunya.

Tren *selfie* ekstrem merupakan sebuah fenomena yang menarik untuk diteliti. Terutama jika dikaitkan dengan eksistensi diri. Melalui pendekatan fenomenologi, penulis bermaksud melakukan eksplorasi ilmiah mengenai makna *selfie* ekstrem bagi para pelakunya terutama dirinya dari pandangan eksistensi diri mereka.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah : Bagaimana pengguna Instagram memaknai aktivitas *selfie extreme* sebagai bentuk eksistensi diri?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pokok permasalahan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengguna Instagram dalam memaknai aktivitas *selfie* ekstrem sebagai bentuk eksistensi diri.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Menurut Effendy (2003, h.53) komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan maupun tidak langsung melalui media. Dari pernyataan tersebut, penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan ilmiah mengenai fenomena *selfie* ekstrem di media sosial Instagram sebagai bentuk eksistensi diri.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan untuk mengetahui makna sebenarnya kepada masyarakat tentang aktivitas *selfie* ekstrem. Dibalik pelaku *selfie* ekstrem, terdapat bentuk eksistensi diri yang ingin disampaikan oleh para penggunanya.