II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Trend *Selfie* di Jejaring Sosial

1. Sejarah *Selfie*

Menurut Ahmad (2013), *selfie* merupakan istilah untuk memotret diri sendiri. Berdasarkan info yang diperoleh dari BBC, *selfie* kemungkinan pertama kali dilakukan pada awal tahun 1800-an dengan menggunakan cermin atau *self-timer*. Namun, kala itu *selfie* tidak melibatkan objek tunggal seperti sekarang ini, tetapi dalam kelompok besar seperti berfoto dengan teman atau keluarga. Dalam dunia modern, istilah *selfie* diperkenalkan pertama kali oleh seorang *photografer* bernama Jim Krause pada tahun 2005, sehingga kemudian menjadi genre baru dalam dunia fotografi.(http://alltutorial.net/sejarah-*selfie*-serta-efek-positif-dan-negatifnya/diakses pada 03 September 2014).

Sedangkan Syahbana (2014:21) menjelaskan beberapa orang yang diyakini sebagai pelaku *selfie* pertama di dunia. Ada beberapa orang diantaranya adalah sebagai berikut:

1.1 Anastasia Nikolaevna

Salah satu remaja yang pertama kali mengambil fotonya sendiri melalui cermin menggunakan Kodak Brownie pada tahun 1914. Putri kekaisaran Rusia ini mengambil fotonya sendiri melalaui cermin untuk dikirim kepada temannya pada tahun 1914.

Gambar 1. Anastasia Nikoleavna

(http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2514069/Russian-Grand-Duchess-Anastasia-seen-capturing-reflection-1913-Russia.html, di unduh pada 13 Desember 2014)

1.2 Robert Cornelius

Seorang warga negara asing bernama Robert Cornelius dipercaya adalah yang pertama kali melakukan aksi berfoto diri melalui perangkat elektronik pada tahun 1839. Ia adalah seorang Amerika perintis Photografi.

Gambar 2. Robert Cornelius

(https://vanessataaffe.wordpress.com/tag/robert-cornelius/, di unduh pada 13 December 2014 Desember 2014)

1.3 Sesosok Anak Lelaki dari Skotlandia

Ditemukan dua buah foto kuno yang diambil di Skotlandia pada sekitar tahun 1900-an dan 1950-an menunjukkan bahwa kegiatan ini telah lama dilakukan. Kedua foto tersebut menggunakan cermin untuk memotret dirinya sendiri.

Gambar 3. Anak Lelaki dari Skotlandia

(http://www.indogamers.com/read/28/11/2014/10255/inilah_foto_*selfie*_pertama_di_dunia/, di unduh pada 13 Desember 2014)

Dari beberapa pernyataan di atas dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa sebenarnya *selfie* sejatinya sudah ada atau sudah dilakukan sejak zaman dahulu, namun di saat itu orang hanya menyebutnya sebagai foto diri saja dan bukan *selfie*. Pada beberapa

tahun belakangan inilah foto diri ini yang kemudian di unggah ke media jejaring sosial dan lebih dikenal dengan istilah *selfie*.

2. Fenomena *Selfie* di Indonesia

Selfie atau foto diri yang di unggah ke jejaring sosial mulai masuk ke Indonesia dimulai sejak maraknya penggunaan akun jejaring sosial, lebih tepatnya pada akhir tahun 2013 dan mulai banyak digunakan sampai sekarang. Sejak saat itulah masyarakat khususnya remaja di Indonesia mulai kenal dengan istilah *selfie* dan mengunggahnya ke jejaring sosial. Sebelumnya memang kegiatan memfoto diri dan mengunggahnya ke jejaring sosial sudah ada, namun hal ini di anggap sebagai perilaku 'narsis' oleh sebagian orang.

Menurut pendapat Seladipura (2013), mengatakan bahwa *selfie* bukanlah hal yang baru. Di Indonesia sendiri kita telah sering melihat foto-foto *selfie* sejak *facebook* mulai banyak dipakai. Tentu anda juga sering melihatnya, foto diti orang berpose *"duckface"* alias memonyong-monyongkan bibir agar terlihat lebih seksi. (http://ginseladipura.com/2013/12/26/*selfie*-mewarnai-2013/, di unduh pada 21 September 2014).

Lebih lanjut membahas sejarah *selfie*, tentunya Indonesia dan para remajanya semakin akrab dengan istilah *selfie* tersebut. Mereka mulai mengunggah foto dirinya ke akun jejaring sosial miliknya dan mulai menuliskan kata *selfie* di setiap foto

tersebut. Berikut adalah beberapa foto *selfie* yang saat ini tengah banyak dilakukan oleh masyarakat khususnya para remaja yang ada di indonesia.

Gambar 4. Contoh *selfie* yang di unggah ke akun jejaring sosial

(http//www.google/foto-*selfie*-remaja-indonesia/, di unduh pada 20 Januari 2015).

Para remaja ini umunya memiliki gaya yang sama saat mereka melakukan *selfie*. Menurut Simatupang, (2014:89) dalam penelitiannya mengatakan bahwa pose andalan saat melakuakn *selfie* adalah ekspresi wajah bebek atau lebih dikenal dengan istilah *duck face*, yakni memanyunkan bibir dan menyipitkan mata agar terlihat menggemaskan dan imut.

Saat ditelusuri, tahun 2002 kata *selfie* pernah dipakai dalam sebuah forum online di Australia. Saat itu seorang pria mengunggah foto dirinya yang menunjukkan wajahnya yang cedera akibat tersandung. Kata ini pertama kali muncul dalam sebuah forum internet Australia (ABC Online) pada 13 September 2002 (Syahbana, 2014:18). Kalimat yang di unggah pada forum tersebut adalah sebagai

berikut:

> *"Um, drunk at a mates 21st, I tripped ofer [sic] and landed lip first (with front teeth coming a very close second) on a set of steps. I had a hole about 1cm long right through my bottom lip. And sorry about the focus, it was a selfie."*(http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/ di unduh pada 21 September 2014)

Dari postingan kalimat tersebut maka disinyalir bahwa itu merupakan pertama kalinya kata *selfie* dituliskan dan mejadi *booming* pada pertengan tahun 2013 sampai sekarang. Kita akan benar-benar menjumpai kata tersebut terutama di jejaring sosial seperti *Facebook, Instagram, Path, Twitter* dan jejaring sosial yang lainnya. Bahkan jika anda menuliskan kalimat tersebut pada mesin pencari *Google* maka akan banyak sekali hasil yang ditemukan melalui kata kunci tersebut

Dengan mengunggah foto dirinya ke akun jejaring sosial mereka, maka mereka mengharapkan adanya penilaian dari orang lain terhadap foto diri mereka yang di unggah tersebut. Semakin banyak komentar positif dan pujian maka semakin banyak *selfie* yang nantinya mereka unggah ke akun tersebut.

Hal ini didukung dengan adanya pernyataan dari Meisha (2014) tentang adannya evolusi trend *selfie* melalui perkembangan media sosial yang ada :

> "Evolusi fotografi *selfie* modern dapat dikatakan terjadi ketika sosial media *MySpace* digandrungi oleh banyak anak muda secara global. Sejak tahun 2005 hingga 2008, *MySpace* adalah media sosial terbesar di dunia dan melahirkan fitur *MySpace pic* yang diadopsi oleh banyak sosial media lain yang lahir setelah mereka."(http://www.nilni.com/2014/10/selamat-datang-di-perabadan-*selfie*.html, di unduh pada 04 September 2014).

Selfie menjadi trend pada masyarakat dunia khususnya. Ini terjadi karena *selfie*

menjadi kata paling banyak digunakan pada tahun 2013 dan sampai sekarang. Bahkan sampai-sampai kamus bahasa inggris *oxford* pada tahun 2013 mencantumkan kata *selfie* kedalam perbendaharaan kata-katanya. Dalam pernyataannya dituliskan bahwa,"*Definition of selfie in English: A photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via sosial media*" (http://blog.oxforddictionaries.com/2013/11/word-of-the-year-2013-winner/ di unduh pada 21 September 2014).

Kemudian pendapat lain oleh Yulistara (2014) Kepopuleran *selfie* juga tidak lepas dari para selebriti yang hobi memamerkan foto diri mereka di jejaring sosial seperti *Instagram dan Twitter*. Sebelum trend *selfie booming*, beberapa orang yang suka memfoto diri sendiri atau memamerkan barang-barangnya ke jejaring sosial disebut narsis. (http://wolipop.detik.com/read/2014/02/ 07090434/2489927/852/*selfie*-dan-narsis-serupa-tapi-tak-sama)

Dari beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *selfie* mulai masuk dan di kenal oleh masyarakat Indonesia khusunya remaja ialah saat maraknya penggunaan media jejaring sosial seperti *Facebook, Twitter,* dan *Instagram*. Hal ini terjadi pada awal tahun 2014. Memang *selfie* mulai marak di bicarakan sejak pertengahan tahun2013, namun di Indonesia kegiatan ini mulai banyak dibicarakan dan dilakukan semenjak awal tahun 2014. Selain itu masyarakat khususnya remaja mengikuti foto diri ini dan mengunggahnya ke jejaring sosial karena mereka mengikuti beberapa aktris atau tokoh idola mereka melakukan kegiatan serupa di jejaring sosial.

3. Konsep dan Pengertian *Selfie*

Beberapa orang mugkin masih bingung dengan arti atau konsep dari *selfie* itu sebenarnya apa. Untuk lebih jelasnya, beberapa pendapat dari ahli dapat membantu kita memahami dengan jelas pengertian atau konsep dari *selfie* yang banyak dijadikan acuan. Pendapat tersebut adalah sebagai berikut.

Siapa yang tidak mengenal *selfie,* semua orang terutama pengguna *handphone* berkamera jenis apapun itu pasti mengetahui apa itu *selfie*. Rata-rata penguna *handphone* tersebut pasti pernah melakukan *selfie.* Definisi *selfie* itu sendiri adalah *a photograph that one has taken of one self, typically one taken with a smarthphone or webcam and upload to a media soial website* atau dengan kata lain yaitu memotret diri sendiri atau lebih yang diambil melalui kamera *handphone* dan kemudian di unggah ke media sosial (Syahbana, 2014:9).

Kemudian menurut Kartikawati (2014) mengatakan bahwa *selfie* merupakan gaya foto yang menampilkan diri sendiri entah itu wajah, seluruh tubuh atau hanya bagian tertentu dari tubuh. Foto *selfie* ini dilakukan oleh diri sendiri tanpa meminta bantuan orang lain untuk memotret Anda. Saat melakukannya, si pelaku *selfie* akan memegang ponsel berkamera atau kamera dengan salah satu tangannya dan mengarahkan lensa ke bagian yang ingin difoto. (http://wolipop.detik.com/read/ 2014/02/07/074842/2489885/852/fenomena-*selfie*-dan-alasan-aksi-foto-narsis-ini-begitu-digemari).

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *selfie* adalah sebuah foto diri baik itu wajah, kaki, kepala atau apapun asal itu bagian dari diri kita yang di ambil oleh diri kita sendiri menggunakan kamera, baik itu kamera yang ada pada *smartphone* atau kamera biasa dan juga *webcame* kemudian di unggah ke akun media jejaring sosial yang dimiliki.

Selain dari *selfie*, masyarakat juga kini tenggah dikenalkan dengan istilah baru yakni *Groufie*. Kata *groufie* ini merupakan kepanjangan dari *group selfie*, bedanya dengan *selfie* adalah *groufie* merupakan memotret bersama group atau teman sekelompok. Jadi *groufie* tidak dilakukan seorang diri, tetapi bersamaan dengan orang lain. Sedangkan *selfie* dilkukan sendiri. Terkadang memang orang masih banyak yang salah menafsirkan perbedaan antara *selfie* dan juga *groufie*. (http://malratuindah.co.id /*selfie*-groufie-dan-dronie/, di unduh pada 25 April 2015).

Dalam pengertian ini bukan berarti foto diri yang tidak di unggah ke jejaring sosial tidak bisa dikatakan *selfie*, tetapi memang umumnya seseorang melakukan kegiatan *selfie* ini dengan tujuan untuk di unggah ke jejaring sosial. Kegiatan mengunggah foto tersebut ke jejaring sosial karena pelaku *selfie* ini ingin mendapatkan tanggapan dari orang lain yang melihat foto *selfie*nya dalam akun jejaring sosial yang sama. Foto diri yang tidak di unggah atau hanya disimpan dalam gadget tetap disebut foto *selfie*.

4. *Selfie* dan *Narsis* Serupa Tapi Tak Sama

Sebagian orang akan mengatakan bahwa *selfie* adalah perilaku narsis. Hal ini terjadi karena memang sebelumnya pemahaman menganai *selfie* masih sangat tidak jelas. Orang-orang menyamakan bahwa *selfie* adalah kegiatan narsis dari seseorang. Sejatinya *selfie* itu berbeda dengan narsis.

Menurut Yulistara (2014) mengatakan bahwa *Selfie* sering sekali disamakan dengan istilah *narsisme*, padahal *selfie* dan *narsisme* adalah dua hal yang sangat berbeda. Umumnya kebanyakan orang hanya tahu apabila seseorang melakukan *selfie* maka orang tersebut juga *narsis*. Pada dasarnya *selfie* adalah sebuah foto dan *narsis* adalah bentuk dari suatu kelainan jiwa atau psikis seseorang. Menurut psikolog Kasandra Putranto (dalam Yuliastara, 2014), *selfie* merupakan bagian dari *narsis*. Sedangkan *narsis* atau *narsistik* adalah prilaku mencintai diri sendiri yang berlebihan. *Narsis* tidak hanya pamer di jejaring sosial tapi juga ingin selalu menang sendiri, baik dengan orang lain maupun pasangannya.
(http://wolipop.detik.com/read/2014/02/07/090434/2489927/852/*selfie*-dan-*narsis* serupa-tapi-tak-sama, diakses pada 21 September 2014).

Dari pendapat tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa *selfie* dan *narsis* memang saling berdekatan bahkan berkaitan, namum dua hal ini memanglah tidak sama. Bisa saja seseorang yang melakukan *selfie* dikatakan sebagai orang yang *narsis* namun jika mereka menganggap bahwa mereka yang paling sempurna dan ingin selalu dipuji oleh penikmat foto mereka di jejaring sosial. Tetapi bisa saja seseorang

tersebut melakukan *selfie* hanya untuk kesenangan sesaat bukan untuk *narsisme*. Tentu saja orang yang melakukan foto *selfie* bukan merupakan mengalami ganguan jiwa atau kepribadian. Umumnya mereka hanya ingin berekspresi melalui *selfie* tersebut.

5. Alat-alat Pendukung *Selfie*

Karena kegiatan mengambil foto sendiri ini begitu populer, maka banyak sekali berbagai macam alat-alat pendukung *selfie*. Semua ini diciptakan guna mempermudah para pelaku *selfie* dalam mengambil foto. Menurut Syahbana (2014:91) menjelaskan tentang beberapa alat-alat pendukung *selfie* yang dapat membuat foto diri ini tampak lebih sempurna dan cantik. Beberapa diantaranya adalah:

5.1 **Tongsis (**Tongkat *Narsis***)**

Kegunaanya adalah agar anda dapat mendapatkan sudut pandang *selfie* yang lebih baik tanpa harus memaksakan tangan anda.

5.2 ***Iphone Stand***

Dengan alat ini *iphone* akan berdiri sendiri dan dapat disesuaikan dengan sudut *selfie* yang anda inginkan.

5.3 Lampu Meja

Pada malam hari akan sulit mendpatkan cahaya yang cukup untuk *selfie* yang sempurna. Lampu meja dapat membantu anda untuk mengatur cahaya pada saat *selfie.*

5.4 *Shutter Remote*

Fungsinya adalah untuk menekan *shutter* camera dengan bantuan semacam *remote*, sehingga anda tidak perlu memegang *smartphone* anda saat ber*selfie*.

5.5 Aplikasi Editing Foto

Hasil *selfie* dapat disempurnakan dengan sedikit sentuhan editing. Beragam aplikasi untuk editing foto telah banyak beredar dan dapat digunakan dengan mudah di *smartphone* anda.

5.6 *Concealer*

Concealer adalah senjata rahasia wanita agar wajahnya tampak sempurna saat *selfie*. *Concealer* dapat menyamarkan noda hitam wajah hingga kantung mata.

5.7 Cermin

Dengan bantuan cermin, anda dapat melihat dengan jelas penampilan anda saat *selfie*, andapun dapat mengatur apa saja yang akan tampak pada foto dengan mudah.

Beberapa alat diatas merupakan media pendukung seseorang melakukan *selfie* dan kemudian mengunggahnya ke akun jejaring sosial media yang dimilikinya. Alat-alat tersebut dirasa sangat membantu bagi sebagian banyak orang.

6. *Selfie* Di Jejaring Sosial

Selfie yang di unggah ke jejaring sosial tentunya memiliki latar belakang atau alasan kenapa foto diri tersebut di unggah ke akun jejaring sosial. Hal ini tentu akan menimbulkan berbagi alasan yang di ungkap oleh beberapa ahli sebagai berikut;

Menurut Psikolog Dr. Pamela Rutledge (2013), mengatkan bahwa keinginan memotret kemudian memposting dan mendapatkan "*likes*" dari situs jejaring sosial merupakan hal yang wajar dari setiap orang. Keinginan ini dipengaruhi rasa kita pada hubungan sosial. Hal ini sebetulnya sama dengan saat orang mengatakan betapa bagus baju yang kita kenakan. (http://health.kompas.com/read/2013/12/18/1151301 /Apa.Kata.Psikolog.soal.Foto.Narsis.di.Jejaring.Sosial. di unduh pada, 21 September 2014).

Kemudian menurut Psikolog Diana Parkisan (dalam Syahbana, 2014:87) menyatakan bahwa, *selfie* kini menjadi sebuah cara baru untuk berkomunikasi yang bisa diterima secara luas. *Selfie* merupakan bentuk modern dari trik menarik perhatian karena sekarang ini sebagian besar orang bertemu dan berkomunikasi secara online, dengan begitu merupakan salah satu cara untuk menggambarkan dan menempatkan diri kita .

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa *selfie* yang di unggah ke jejaring sosial memiliki alasan sebagai media untuk berkomuniksi dengan orang lain dan menunjukan eksistensi dan juga aktualisasi diri mereka. Kemudian mereka juga ingin tahu seberapa banyak orang yang akan menyukai foto *selfie* mereka tersebut di media jejaring sosial.

7. Pengertian Jejaring Sosial dan Macam-macamnya

Situs jejaring sosial adalah struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi jejaring ini menunjukkan jalan dimana mereka berhubungan karena kesamaan sosialitas, mulai dari mereka yang dikenal sehari-hari sampai dengan keluarga. Istilah ini diperkenalkan oleh Profesor J.A. Banes pada 1954 (Irfano dalam Jiwandono, 2014:12)

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa jejaring sosial adalah suatu tempat untuk bertukar informasi baik gambar (foto), suara, video, ataupun tulisan melalui jaringan internet kesesama pengguna jejaring sosial lain di seluruh dunia tanpa mengenal jarak, ruang dan waktu. Dengan demikian mereka akan tetap terhubung dan saling mengetahui satu sama lain tanpa harus bertatap muka.

Sekarang ini banyak sekali jenis dan macam jejaring sosial. Bukan hanya sekedar berbagi informasi namun mereka juga dapat berbagi gambar, video, tulisan dan juga pesan suara. Beberapa diantara media jejaring sosial adalah; *Facebook, Twitter, MySpace, Path, Instagram,* dan masih banyak lagi. Mugkin rasanya akan menjadi orang yang “ketinggalan zaman” jika saat ini tidak memiliki salah satu atau beberapa jejaring sosial tersebut. Dengan adanya jejaring sosial tersebutlah istilah *selfie* dikenal dan disebarkan ke seluruh belahan dunia ini kemudian juga mereka membagi foto *selfie* mereka kepada seluruh penduduk di dunia ini.

Menurut Wibowo (2013) terdapat lebih dari 30-an jenis atau macam jejaring sosial. Berikut ini beberapa jejaring sosial yang paling popular di tahun 2012 versi *Silverpop*

(Ibnu Aziz dalam Jiwandono 2014: 12). Beberapa situs jejaring sosial ini merupakan media pendukung istilah *selfie* menjadi trend saat ini:

7.1 *Facebook*

Jejaring sosial ini memiliki 1 miliar pengguna. Terbesar di jagad raya ini untuk urusan pengguna. *Facebook* bukan hanya jejaring sosial, Mark Zukerberg menyuntikkan beberapa *plafon* lain di situs ini.

7.2 *Twitter*

Microblogging ini memiliki setengah miliar pengguna atau hampir setengah pengguna *facebook.* Didirikan pada tahun 2006. *Twitter* cepat mendapat hati di kalangan netizen khusunya pengguna *mobile.*

7.3 *Instagram*

Jejaring sosial ini memiliki harga fantastis, 1 miliar dolar. Tak hanya sebauh jejaring sosial, *Instagram* juga sebgai aplikasi pengolah gambar. Saat ini memiliki 100 juta pengguna.

7.4 *Path*

Disebut sebagai *smart journal online, Path* tetap menghubungkan pengguna dengan keluarga, kerabat, dan sahabat. Saat ini memiliki 5 juta pengguna.

7.5 *Flickr*

Situs berbagi foto ini kini memiliki 75 juta pengguna. *Flickr* masih digunakan di kalangan pencinta fotografi.

7.6 *MySpace*

MySpace masih memiliki gaung dengan 25 juta pengguna. Kini mereka lebih fokus ke ranah *sosial music.*

Beberapa media sosial ditersebut digunakan sebagai sarana pendukung seseorang melakukan *selfie,* namun *selfie* sendiri lebih banyak di unggah pada akun jejaring sosial *Instagram.* Oleh karena itu *instagram* dijuluki sebagai rumahnya *selfie*. Seperti dikuti dalam pernyatan berikut.

> Fadila (2015) "*Instagram* Menjadi Rumahnya '*Selfie*'. Saat ini, *Instagram* menjadi layanan favorit buat berbagi foto *selfie*. Aplikasi ini jadi sangat populer karena mengizinkan penngunanya untuk mengedit, memberi filter, dan mengunggah foto secara praktis. Sejak Januari 2013 foto bertagar #*selfie* digunakan sekitar 34 juta kali ke aplikasi ini. Untuk kebutuhan impulsif *selfie* kamu, *Instagram* adalah pilihan yang paling tepat" (http://www.hipwee.com /hiburan/momen-momen-krusial-dalam-sejarah-*selfie*/, di unduh pada 14 Februari 2015).

Instagram merupakan jenis jejaring sosial yang paling banyak digunakan untuk mengunggah foto-foto *selfie*. Ini disebabkan karena memang pada dasarnya *instagram* dikhususkan sebagai akun jejaring sosial untuk berbagi gambar atau foto. Oleh karena itu *Instagram* sendiri mendapat predikat sebagai rumahnya *selfie*. Saat kita membuka jejaring sosial *instagram* maka akan dengan mudah kita menemukan

foto *selfie* dengan berbagai macam pose dan gaya dari orang-orang bahkan seluruh dunia.

Dari berbagai media jejaring sosial di atas memanglah sangat membantu kita dalam mengunggah *selfie* dan dari sanalah kita mengenal *selfie*. Dalam hal ini *selfie* biasanya di unggah tidak hanya pada satu akun jejaring sosial saja, tetapi ke berbagai media jejaring sosial yang dimiliki oleh si pelaku *selfie* tersebut. Sudah dapat dipastikan remaja di era tahun ini pasti memiliki paling tidak satu jenis media jejaring sosial seperti yang disebutkan di atas.

8. Faktor Pendorong *Selfie* dan Mengunggahnya di Jejaring Sosial

Saat seseorang melakukan *selfie* dan mengunggahnya ke media jejaring sosial pastinya orang tersebut memiliki faktor yang mendorongnya untuk melakukanya. Berikut tentang berbagai fenomena dan alasan *selfie* yang terjadi di kalangan masyarakat yang dipeoleh dari media online:

Fenomena *Selfie* dan Alasan Aksi Foto Narsis Ini Begitu Digemari

Kartikawati (2014) **Jakarta -** Penggemar situs jejaring sosial *Instagram* setahun belakangan ini pasti akrab dengan hashtag bertuliskan *selfie*. Mulai dari orang biasa hingga selebriti ternama, semua 'latah' berfoto *selfie*. Begitu populernya *selfie* sampai-sampai Kamus Bahasa Inggris Oxford menobatkan kata tersebut sebagai kata yang paling banyak dicari pada November 2013.

Bagi Anda yang belum tahu, *selfie* merupakan gaya foto yang menampilkan diri sendiri entah itu wajah, seluruh tubuh atau hanya bagian tertentu dari tubuh. Foto *selfie* ini dilakukan oleh diri sendiri tanpa meminta bantuan orang lain untuk memotret Anda. Saat melakukannya, si pelaku *selfie* akan memegang ponsel berkamera atau kamera dengan salah satu tangannya dan mengarahkan lensa ke bagian yang ingin difoto.

Psikolog Kasandra Putranto melihat fenomena *selfie* ini terjadi tak lain karena semakin canggihnya teknologi. Jika dulu foto diri sendiri tidak memungkinkan karena tidak adanya teknologi yang mendukung, sekarang ada banyak gadget penunjang untuk *selfie*.

"Dulu mau foto sendiri gimana caranya, ya harus ke tukang foto. Sekarang orang punya gadget, kamera, self timer, itu teknologi yang memungkinkan," kata psikolog lulusan Universitas Indonesia itu saat berbincang dengan Wolipop di kantornya di kawasan Kramat Pela, Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, Selasa(4/2/2014).

Dilihat dari sisi psikologi, Kasandra menilai fenomena *selfie* merupakan salah satu bentuk psikologi konsumen karena ada *supply* dan *demand*. *Demand* terjadi ketika orang-orang berkeinginan memotret dirinya sendiri dan kemudian didukung (*supply*) dengan hadirnya berbagai *gadget* canggih.

"Supply dan demand naik, munculah Facebook dan *Instagram*. Lalu foto (*selfie*) itu disebarin, ditunjukin ini lho saya lagi ngapain," ucap Kasandra.

Pandangan lain mengenai penyebab orang menyukai *selfie* datang dari profesor di *Massachusetts Institute of Technology*, Sherry Turkle. Dalam tulisannya di New York Times, Sherry mengatakan *selfie*, seperti foto pada umumnya, merupakan cara seseorang untuk merekam sebuah momen yang kemudian diperlihatkan ke orang lain.

Berdasarkan pengalamannya selama 15 tahun mempelajari hubungan antara manusia dan mobile techology, dia melihat sekarang ini bagi banyak orang sharing atau berbagi apapun dalam kehidupanlah yang penting dilakukan. "Orang-orang tidak lagi merasa menjadi dirinya sendiri kecuali mereka berbagi sebuah pemikiran atau perasaan, meskipun sebenarnya pemikiran atau perasaan itu juga belum jelas untuk mereka," tulis Sherry.

Profesor yang juga penulis buku *Alone Together: Why We Expect More From Technology and Less From Each Other* itu menulis lagi, jika dulu seorang filsuf Prancis ternama Descartes mengatakan *'I think, threfore I am'*, orang zaman sekarang karena begitu hobinya berbagi apapun di situs jejaring sosial dan internet, mengubah ungkapan tersebut menjadi *'I share, therefore I am.'*

Fenomena memperlihatkan atau membagikan apapun mengenai diri ke internet inilah yang semakin membuat *selfie* menjadi populer. Menurut Sherry, *selfie* membuat orang-orang jadi mengesampingkan apapun yang tengah terjadi di sekitar kita karena yang terpenting adalah bagaimana agar momen tidak hilang dan didokumentasikan. (http://wolipop.detik.com/read /2014/02/07/074842/2489885/852/fenomena-*selfie*-dan-alasan-aksi-foto-*narsis*-ini-begitu-digemari, di unduh pada 21 September 2014).

Dari kutipan di atas dapat ditarik beberapa kesimpulan mengenai alasan seseorang melakukan *selfie* dan mengunggahnya di jejaring sosial, diantaranya adalah sebagai berikut:

8.1 Adanya teknologi pendukung untuk melakukan *selfie*

Hal ini menjadi salah satu alasan seseorang melakukan foto *selfie* dan mengunggahnya di jejaring sosial. Kemajuan teknologi memang sangat berperan dalam melatar belakangi tindakan ini. Zaman dulu untuk melakukan foto diri seseorang harus ke tukang foto, tapi sekarang bisa dilakukan sendiri.

8.2 Adanya *supply* dan *demand*

Hal ini terjadi ketika orang-orang memiliki keinginan akan memotret dirinya sendiri (*demand*) kemudian di dukung (*supply*) dengan adanya berbagai alat penunjangnya. Dari situlah menjadi faktor pendorong seseorang melakukan *selfie* dan mengunggahnya ke jejaring sosial.

8.3 Merekam sebuah moment dan membagikan pada orang lain

Selfie dilakukan untuk mengabadikan sebuah moment dan kemudian di bagikan kepada orang lain, melalui orang-orang yang melihat foto tersebut di jejaring sosial. Ini menjadi pemicu bahwa seseorang ingin menginfokan kepada orang lain tentang apa yang sedang mereka alami atau lakukan.

9. Perubahan Gaya Hidup Pelaku *Selfie*

Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. Menurut Assael (1984:252), gaya hidup adalah "*A made of living that is identified by how people spend their time (activity), and what they think of themselves and the world around them (opinions)*". Secara singkat dapat diartikan bahwa gaya hidup terjadi di masyarakat yang mempengaruhi mereka dalam menjalani kehidupan mereka sehari-hari, yakni tentang cara mereka berpikir, menghabiskan waktu dan juga tentang pendapat atau opini mereka terhadap suatu hal.

Kemudian menurut Plummer (1983) gaya hidup adalah cara hidup individu yang di identifikasikan oleh bagaimana orang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam hidupnya (ketertarikan) dan apa yang mereka pikirkan tentang dunia sekitarnya (https://sosiologibudaya.wordpress.com/ 2011/05/18/gaya-hidup/, di unduh pada 15 Februari 2015).

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah suatu cara bagaimana seseorang dalam mempresentasikan dirinya dalam kehidupan sehari-hari. Serta bagaimana mereka menyikapi beberapa hal yang terjadi dalam kehidupan mereka.

Dalam kaitannya dengan tend *selfie* di jejaring sosial, ternyata ada beberapa perubahan gaya hidup peleku *selfie*. Hal ini dapat ditelaah melalui pendapat beberapa ahli berikut;

Menurut Supriya (2014), mengatakan bahwa *selfie* sudah menjadi gaya hidup, bahkan kebutuhan untuk semua kalangan dari anak-anak sampai orang dewasa, sehingga menurutnya orang yang tidak mengikuti trend *selfie* ini akan merasa tidak gaul, tidak keren atau ketinggalan zaman (http://balipost.com/read/headline/2014/11/14/25249/ *selfie*-jadi-gaya-hidup.html, di unduh pada 15 Februari 2015)

Kemudian menurut Siregar (2015:2) mengatakan bahwa *selfie* sudah menjadi gaya hidup bahkan kebutuhan hidup anak muda, selain itu *selfie* juga menjadi fenomena sosial yang tidak asing lagi, karena dapat mempengaruhi masyarakat bahkan mempengaruhi dunia dengan cepat.

Menurut Bawantara (2014) yang pendapatnya merujuk pada beberapa pengamat sosial, mengatakan bahwa aktivitas *selfie* merupakan satu cara untuk mendapatkan perhatian dari sebanyak mungkin orang. Menurutnya ini adalah cara tercepat dan termudah bagi seseorang untuk mendapat pujian guna meningkatkan kebanggaan dirinya. Juga merupakan cara tergampang untuk memamerkan prestasi diri pada dunia, sekalipun prestasi tersebut kelas kacangan belaka (http://www.nefosnews.com/ post/opini/*selfie-narsis*me-dan-wajah-kita, di unduh pada 3 September 2014)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa perubahan gaya hidup yang terjadi pada seseorang yang melakukan *selfie* kemudian mengunggahnya ke media jejaring sosial adalah bahwa sebelum adanya trend *selfie* di jejaring sosial, hidup mereka apa adanya tidak berlebihan atau konsumtif. Namun, saat ini mereka berusaha menampilkan sesuatu hal yang berbeda agar dapat dinilai lebih oleh orang lain.

Perubahan gaya hidup pelaku *selfie* saat ini yaitu:

a. Saat ini mereka menjadikan *selfie* sebagai suatu kebutuhan. Hal ini sangat jelas berbeda di bandingkan dengan waktu sebelum munculnya trend *selfie* yang di unggah ke media jejaring sosial dimana foto diri hanya dilakukan sesekali dan biasa saja.

b. Orang-orang cenderung aktif dalam jejaring sosial dan juga dalam mengikuti perubahan dan perkemabangan zaman di bandingkan dengan dulu yang masih sedikit pengetahuan akan adanya inovasi teknologi. Sehingga mereka mengikuti trend yang sedang terjadi dengan seksama secara lebih antusias di bandingkan dulu.

c. Lebih ingin menunjukan kepada orang tentang apa yang terjadi pada dirinya (eksistensi dan aktualisasi) serta cenderung ingin mendapat pujian (*reward)* dari foto diri yang di unggah ke jejaring sosial dengan mudah dan cepat. Sebelumya seseorang harus memiliki sebuah prestasi yang membangakan untuk mendapat pujian dari orang lain.

10. Dampak Positif dan Negatif *Selfie* yang di Unggah ke Jejaring Sosial

Ternyata foto *selfie* yang di unggah ke jejaring sosial memiliki dampak positif dan negatif. Sebagian besar dari kita mugkin hanya tahu dan sering melakukan *selfie* dan mengunggahnya ke jejaring sosial saja, padahal di sengaja atau tidak semua itu

memiliki dampak positif dan negatifnya. Menurut Syahbana (2014:43) ada banyak dampak positif dan negatif dari melakukan *selfie,* ialah sebagai berikut:

10.1 Dampak positif foto *selfie* yang di unggah ke jejaring sosial

Beberapa dampak positif dari *selfie* dan mengunggahnya ke media jejaring sosial adalah sebagai berikut:

1. Dapat membuat hidup lebih bersemangat atau memengaruhi penikmatnya

Ada efek senang yang didapat dari mengunggah foto di dunia maya. Dengan berfoto *selfie* dan jika mengambilnya dengan wajah ceria maka itu akan membentuk karakter kita yang ceria. Jika dikemas dengan baik ber*selfie* anda akan menemukan hal-hal indah dan menyenangkan. Saat foto tersebut di unggah ke jejaring sosial dan banyak orang yang akan melihatnya, maka foto tersebut tentu akan membuat penikmatnya menjadi lebih bersemangat karena ekspresi wajahnya memberikan aura positif.

Sebagai contoh adalah sebuah foto *selfie* seseorang yang sedang tersenyum manis seolah-olah memberikan senyuman bagi siapa saja yang melihat fotonya tersebut, tentu akan membuat siapa saja yang melihatnya juga ikut tersenyum dan merasa senang.

2. Bisa meningkatkan kepercayaan diri baik pada pelaku *selfie* maupun pada orang lain yang melihatnya

Dengan berfoto *selfie* yang mana bisa menempatakan diri kita sepenuhnya, kita akan semakin percaya diri. Dengan ber*selfie* kita dapat menyimpukan diri kita secara

keseluruhan, bagaimana kita mengkonsepsikan diri kita secara keseluruhan. Hal ini terjadi karena *selfie* yang di unggah di jejaring sosial akan menimbulkan berbagai komentar dari orang lain yang melihatnya. Jika memang banyak orang yang suka atau tertarik dengan foto tersebut maka akan menjadikan kepercayaan diri seseorang semakin baik.

Gambar 5. Foto *selfie* meningkatkan kepercayaan diri seseorang

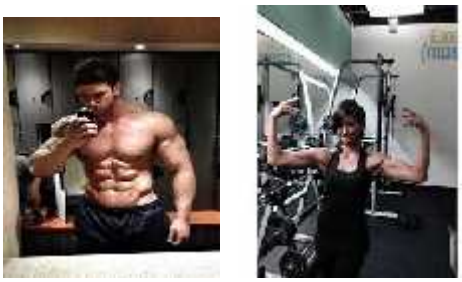
(https://biodatafoto.wordpress.com/tag/foto/page/55/, di unduh pada 20 Januari 2015)

3. Menyebarkan pesan positif pada orang lain

Asal di digunakan dengan tepat, foto *selfie* yang di unggah ke media jejaring sosial akan memberikan pemikiran dan dampak yang positif bagi orang lain yang melihatnya. Maksudnya adalah jika kita berfoto *selfie* setelah melakukan olah raga kemudian foto tersebut menunjukkan bahwa kita memulai suatu pola hidup sehat maka akan memberikan pesan positif bagi para penikmat foto tersebut. Foto-foto yang menunjukkan bentuk tubuh yang atletis akan memberikan semangat bagi para penikmat yang sedang melakukan diet dan juga menerapkan pola hidup sehat. Mereka akan termotivasi untuk semakin giat berolahraga demi tujuan yang baik tentunya. Seperti di kutip dalam harian online berikut:

> "**wolipop.detik.com (2014)** - Selain toilet, gym merupakan salah satu tempat yang paling disukai untuk foto *selfie*. Memotret diri sendiri saat beraktivitas di gym ini biasa disebut *Healthselfie*, yaitu foto *selfie* yang diambil ketika seseorang sedang berolahraga atau fitnes di gym." (http://palingaktual.com/895177/foto-*selfie*-saat-fitnes-jadi-kebiasaan-paling-menyebalkan-di-gym/, di unduh pada 20 Januari 2015)

Gambar 6. Foto *selfie* memberikan pesan positif



(http://palingaktual.com/topic/fenomena-foto-*selfie*/page/22/, di unduh pada 20 Januari 2015

10.2 Dampak negatif foto *selfie* yang di unggah ke jejaring sosial

Meski *selfie* yang di unggah ke jejaring sosial memiliki efek positif, namun ternyata juga memiliki efek negatif yang banyak. Berikut diantaranya:

1. Mengganggu orang lain

Memang terkadang dengan berfoto *selfie* dan mengunggahnya di media sosial akan mengundang komentar dari beberapa temanmu. Tapi ketahuilah, tidak semua orang suka dengan foto tersebut. Orang lain bisa merasa risih dengan postigan foto *selfie*, bahkan jika sampai kamu terlalu keseringan mempostingnya. Dalam sehari bisa saja lebih dari puluhan foto yang di unggah maka akan sangat menganggu pengguna jejaring sosial yang lain juga. Akibatnya orang tersebut bisa saja mem*block* akun jejaring sosial kita dan menghentikan pertemanan di jejaring sosial.

2. Menimbulkan fitnah dan ejekan terhadap diri

Sebuah foto yang menghangatkan dunia maya terjadi dalam upacara pemakaman Nelson Mandela di Afrika Selatan pada Desember 2013 lalu. Sinar kecerian yang ada di tengah-tengah suasana duka menjadi perhatian tersendiri bagi masyarakat yang ada. Presiden AS Barrack Obama, P.M Inggris David Cameron, dan P.M Denmark Helle Thorning justru sibuk melakuakn foto *selfie* dalam susana berduka tersebut. Sontak saja kejadian ini menjadi perhatian masyarakat dunia dan mendapat ejekan serta kritikan yang tajam dari masyarakat. Pernyataan tersebut seperti yang dikutip dari harian tempo.co berikut:

> "**TEMPO.CO**, Johannesburg (2013) – Upacara mengenang Mandela yang digelar di Stadion Soweto berlangsung khidmat. Sejumlah pemimpin dunia hadir dan menyampaikan pidato penghormatan terakhirnya. Namun, apa yang dilakukan Presiden AS Barrack Obama justru membuat dirinya dihujani banyak kritik. Akibat bernarsis dengan melakukan foto *selfie* bersama Perdana Menteri Denmark Helle Thorning-Shcmidt dan Perdana Menteri Inggris David Cameron, Obama langsung mendapat kritikan tajam dari sejumlah orang. (http://www.tempo.co/read/news/2013/12/11/119536492/*Selfie*-di-Pemakaman-Mandela-Obama-Dikritik-Tajam, di unduh pada 21 Januari 2015)

Tidak seharusnya foto saat menghadir pemakaman di unggah ke media jejaring sosial. Ini akan menjadi hal yang menimbulkan kritik dari pengguna akun jejaring sosial yang lainnya.

Gambar 7. *Selfie* menuai berbagai kritikan

(http://news.detik.com/read/2013/12/12/104513/2439715/1148/fotografer-beberkan-kisah-di-balik-heboh-foto-*selfie*-obama?nd771104bcj, di unduh pada 21 Januari 2015)

3. Memengaruhi aksi pornografi di media jejaring sosial

Beberapa foto *selfie* yang di unggah ke media jejaring sosial dapat berakibat sebagai penyebaran pornografi. Kasus ini berawal dari foto-foto *selfie* yang di posting di *Twitter*. Masalahnya adalah foto diri yang di posting remaja 16 tahun ini adalah foto telanjang tanpa busana. Atas kelakuannya itu, remaja ini dituduh telah mendistribusi foto pornografi anak. Seseorang tentu saja diperbolehkan mengunggah foto *selfie* dirinya di jejaring sosialnya, namun perlu diingat apabila foto tersebut mengandung SARA maka sudah tentu berdampak negatif bagi siapa saja yang melihatnya.

4. Obsesi oprasi plastik

Saat melihat foto *selfie* orang lain atau artis yang di unggah ke jejaring sosial dengan wajah yang begitu cantik dan memesona, sebagian orang termotivasi untuk melakukan operasi plastik. Obsesi untuk tampil cantik dan tampan di foto *selfie* bukan hanya membuat banyak orang mengedit fotonya secara berlebihan, yang lebih parah di Amerika trend *selfie* ini ditenggarai ikut memicu kenaikan akan operasi

plastik. Hal ini tentu saja karena banyak orang yang ingin tampak sempurna saat melakukan *self portrait* dan saat foto di unggah ke media sosial. Pernyataan ini seperti dikutip dalam harian online kompas.com berikut:

> "**Setyani, Kompas.com** (2014) - Obsesi untuk tampil cantik dan tampan di foto *selfie* bukan hanya membuat banyak orang mengedit fotonya secara berlebihan. Yang lebih parah, di Amerika tren *selfie* ini ditengarai ikut memicu kenaikan permintaan akan operasi plastik. The American Academy of Facial Plastic and Reconstructive Surgery (AAFPRS) mengungkapkan bahwa sepertiga dari 2.700 dokter anggotanya melihat peningkatan permintaan operasi plastik pada tahun lalu. Hal ini tentu saja karena banyak orang ingin tampak sempurna saat melakukan *selfie* dan saat foto diunggah ke media sosial." (http://female.kompas.com/read/2014/03/14/1127270/ Tren.*Selfie*.Picu.Peningkatan.Operasi.Plastik, di unduh pada 21 Januari 2015)

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *selfie* benar-benar memicu kenaikan oprasi plastik. Kegiatan ini dilakukan guna tampil sempurna saat melakukan *selfie* di depan kamera dan kemudian mengunggahnya ke jejaring sosial. Selebihnya mereka akan semakin percaya diri dalam menjalankan aktivitas dalam kehidupan sehari-hari.

5. Dapat mengundang kejahatan

Foto *selfie* yang disebarkan ke jejaring sosial dapat mengundang kejahatan. Tidak sedikit wanita yang ber*selfie* dengan pakaian seksi sehingga memengaruhi orang lain untuk memanfaatkan peluang itu. Ini perlu diperhatikan terutama untuk orang yang tidak memiliki pekerjaan. Seperti penjelasan psikolog Kasandra melalui walipop.detik.com berikut:

> "**Yulistara**, **walipop.detik.com** (2014) - Orang-orang yang tidak membiasakan diri melakukan kegiatan akan lebih terpengaruh karena lebih

> fokus melakukan *selfie*. Itu sangat mudah dimanfaatkan untuk kejahatan, karena dia hanya fokus kepada satu yaitu dandan dan *selfie*," tutur Kasandra (http://wolipop.detik.com/read/2014/02/07/130826/2490218/852/hati-hati-5-dampak-buruk-yang-bisa-terjadi-karena-pamer-foto-*selfie*, di unduh pada 21 Januari 2015).

Sebaiknya kita lebih bijak dan berhati-hati saat melakukan *selfie* agar terhindar dari hal-hal yang tidak diinginkan dan membahayakan diri kita sendiri. Kejahatan melalui *selfie* ini memang bisa terjadi dimana saja dan kapan saja.

6. Foto *selfie* yang di unggah ke media sosial dapat merugikan orang lain

Maksudnya adalah, jika seseorang menyebarkan foto *selfie* ke akun media sosial pribadinya dan foto tersebut kini bisa berkembang menjadi *Picture Exchange Affair*. Tidak menutup kemungkinan bahwa foto tersebut digunakan untuk merugikan orang lain. Biasanya sepasang kekasih akan lebih sering bertukar foto dan bisa jadi foto tanpa busana pun ikut menjadi hal yang saling ditukarkan. Bisa saja setelah mereka tidak menjalin hubungan lagi maka foto tersebut akan di unggah ke jejaring sosial dan merugikan pelaku dalam foto tersebut.

Dari berbagai dampak positif dan negatif *selfie* yang telah dipaparkan diatas maka kita sebaiknya lebih bijak dan berhati-hati saat melakukan *self portrait*. Memang tidak ada larangan seseorang untuk melakukan *selfie* namun akan lebih baik jika kita lebih cermat dan bersikap sopan saat melakukan *self portrait*, menempatkan diri sebagaimana mestinya.

B. Landasan Teori

1. Teori Diffusi Inovasi

Landasan Teori (*Graunded theory)* ini di presentasikan pertama kali oleh Gleser dan Strauss dalam bukunya yang berjudul *The Discovery of Graunden Theory* (1967). Para peneliti dalam lapangan-lapangan praktisi seperti pendidikan, kerja sosial, dan perawatan telah semakin menggunakan prosedur *grounded theory* ini sendiri atau dalam hubungannya dengan metodologi-metodologi yang lain (Denzin & Lincoln, dalam Jiwandono 2014:31).

Landasan teori yang digunakan dalam penelitian tentang "Trend *Selfie* di Jejaring Sosial" ini adalah teori difusi inovasi (*Diffusion of Innovations*) oleh Everett M Rogers. Dalam teori ini menjelaskan proses bagaimana suatu inovasi disampaikan (dikomunikasikan) melalui saluran-saluran tertentu sepanjang waktu kepada sekelompok anggota dari sistem sosial. Hal tersebut sejalan dengan pengertian difusi dari Rogers, yaitu "*as the process by which an innovation is communicated through certain channels over time among the members of a social system*" atau dalam bahasa indonesianya adalah "proses sosial yang mengomunikasikan informasi tentang ide baru yang dipandang secara subjektif. Makna inovasi dengan demikian perlahan-lahan dikembangkan melalui sebuah proses konstruksi sosial." Lebih jauh dijelaskan bahwa difusi adalah suatu bentuk komunikasi yang bersifat khusus berkaitan dengan penyebaranan pesan-pesan yang berupa gagasan baru, atau dalam istilah Rogers difusi menyangkut "*which is the spread of a new idea from its source of invention or*

creation to its ultimate users or adopters." (https://wsmulyana.wordpress.com/ tag/everett-m-rogers/, di unduh pada 23 Maret 2015).

Sesuai dengan pemikiran Rogers, dalam proses difusi inovasi terdapat 4 (empat) elemen pokok, yaitu:

1. Inovasi; gagasan, tindakan, atau barang yang dianggap baru oleh seseorang. Dalam hal ini, kebaruan inovasi diukur secara subjektif menurut pandangan individu yang menerimanya. Jika suatu ide dianggap baru oleh seseorang maka ia adalah inovasi untuk orang itu. Konsep "baru" dalam ide yang inovatif tidak harus baru sama sekali.

2. Saluran komunikasi; "alat" untuk menyampaikan pesan-pesan inovasi dari sumber kepada penerima. Dalam memilih saluran komunikasi, sumber paling tidakperlu memperhatikan (a) tujuan diadakannya komunikasi dan (b) karakteristik penerima. Jika komunikasi dimaksudkan untuk memperkenalkan suatu inovasi kepada khalayak yang banyak dan tersebar luas, maka saluran komunikasi yang lebih tepat, cepat dan efisien, adalah media massa. Tetapi jika komunikasi dimaksudkan untuk mengubah sikap atau perilaku penerima secara personal, maka saluran komunikasi yang paling tepat adalah saluran interpersonal.

3. Jangka waktu; proses keputusan inovasi, dari mulai seseorang mengetahui sampai memutuskan untuk menerima atau menolaknya, dan pengukuhan terhadap keputusan itu sangat berkaitan dengan dimensi waktu. Paling tidak dimensi waktu terlihat dalam (a) proses pengambilan keputusan inovasi, (b) keinovatifan seseorang: relatif lebih

awal atau lebih lambat dalammenerima inovasi, dan (c) kecepatan pengadopsian inovasi dalam sistem sosial.

4. Sistem sosial; kumpulan unit yang berbeda secara fungsional dan terikat dalam kerjasama untuk memecahkan masalah dalam rangka mencapai tujuan bersama.

Lebih lanjut teori yang dikemukakan Rogers memiliki relevansi dan argumen yang cukup signifikan dalam proses pengambilan keputusan inovasi. Teori tersebut antara lain menggambarkan tentang variabel yang berpengaruh terhadap tingkat adopsi suatu inovasi serta tahapan dari proses pengambilan keputusan inovasi. Variabel yang berpengaruh terhadap tahapan difusi inovasi tersebut mencakup (1) atribut inovasi (*perceived atrribute of innovasion*), (2) jenis keputusan inovasi (*type of innovation decisions*), (3) saluran komunikasi (*communication channels*), (4) kondisi sistem sosial (*nature of social system*), dan (5) peran agen perubah (*change agents*). (https://wsmulyana.wordpress.com/tag/everett-m-rogers/, di unduh pada 23 Maret 2015).

Berdasarkan penjabaran dari teori difusi inovasi (*Diffusion of Innovations*) di atas, maka teori ini sesuai dengan penelitian trend *selfie* di jejaring sosial untuk meninjau lebih dalam tentang motivasi, perubahan gaya hidup, dan dampak dari *selfie* pada mahasiswa-mahasiswi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Lampung.

2. Teori Interaksi simbolik

Dalam konteks komuniksi interpersonal, interaksi simbolik menjelaskan bahwa pikiran terdiri dari sebuah percakapan internal yang merefleksikan interaksi yang telah terjadi antara seseorang dengan orang lain. Selain itu, seseorang akan menjadi manusiawi hanya melalui interaksi dengan sesamanya. Interaksi yang terjadi antara manusia akan membentuk masyarakat. Manusia secara aktif membentuk perilakunya sendiri. (Kuswarno, 2009).

Ketika membahas mengenai teori interaksi simbolik, kita juga tidak bisa lepas dari membahas mengenai konsep diri. Konsep diri merupakan pandangan dan perasaan kita tentang diri kita sebagai hasil dari hubungan dengan orang lain. Persepsi ini boleh bersifat psikologi, sosial dan fisis (Rakhmat, 2005).

Mead menjelaskan tiga 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 di dalam diri seseorang. Salah satu aktivitas yang dapat diselesaikan melalui pemikiran ialah pengambilan peran (*role-taking*) atau kemampuan untuk menempatkan diri seseorang di posisi orang lain. Sehingga, seseorang akan menghentikan perspektifnya sendiri mengenai suatu

pengalaman dan membayangkannya dari perspektif orang lain (West-Turner, 2009).

2. Diri (*Self*)

Mead mendefenisikan diri (*self*) sebagai kemampuan untuk mereflekasikan diri kita 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 mendefenisikan masyarakat sebagai sebuah jejaring hubungan sosial yang diciptakan manusia. Individu- individu terlibat di dalam masyarakat melalui perilaku yang pelaku *selfie* 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 (*significant others*), seperti orang tua, kakak atau adik, teman, serta koleganya dan kelompok rujukan (reference group), yaitu kelompok yang secara emosional mengikat kita (West-Turner, 2009).

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

C. Kerangka Berpikir

Masyarakat selalu dekat dengan konsep globalisasi dan kemajaun zaman. Di era abad ke 21 ini manusia semakin tumbuh dengan baik dan berkompeten. Pemikiran-pemikiran dan ilmu pengetahuan yang mereka miliki semakin berkembang dengan baik. Berbagai penemuan-penemuan baru yang semakin mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitasnya semakin berkembang.

Kemajuan zaman dan teknologi ini sangatlah selaras dengan apa yang dibutuhkan masyarakat di dunia saat ini. Para peneliti dan penemu teknologi modern semakin berdedikasi di bidangnya masing-masing. Mereka setiap harinya selalu memunculkan suatu inovasi-inovasi baru khususnya di bidang teknologi informasi dan komunikasi.

Munculnya aneka inovasi baru ini memberikan kemudahan dan juga kepraktisn tersendiri bagi masyarakat selaku penikmat inovasi tersebu.

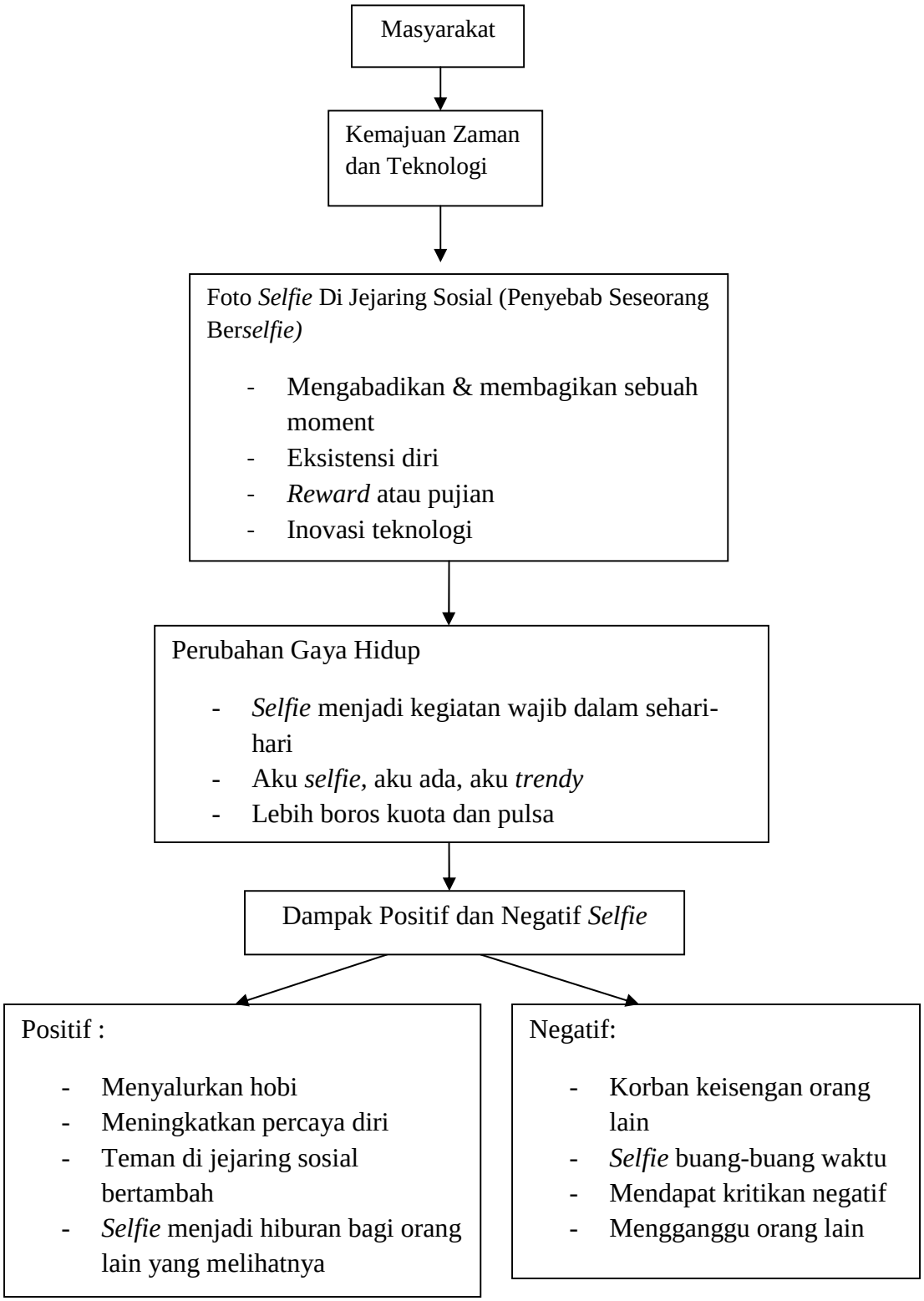
Kemunculan berbgai inovasi dari penemuan para ahli ini juga memberikan beberapa efek yang kini menjadi suatu hal yang sangat fenomena di masyarakat dunia. Tentu saja hal ini di ikuti juga dengan munculnya media jejaring sosial di dunia maya yang begitu banyak dan mencuat kepermukan. *Selfie*, sebuah kata baru yang diartikan sebagai kegiatan memfoto diri sendiri yang umumnya banyak dilakukan melalui kamera *smartphone* kemudian di unggah kejejaring sosial atau media sosial. Memang *selfie* tidak hanya dilakukan melalui telepon pintar saja, kamera dan *webcame* juga dapat membantu, namun kebanyakan orang lebih menggunakan kamera yang ada pada telepon pintar atau *gadget* mereka seperti *ipad,tablet dan tab* karena dirasa lebih mudah dan praktis. Kegiatan ini menjadi trend baru ditengah masyarakat yang semakin berkembang. Setiap orang disinyalir pernah melakukan sebuah *selfie* baik itu di unggah maupun tidak di jejaring sosialnya.

Selfie sendiri sebenarnya merupakan bentuk dari salah satu sifat *narsisme* yang ada pada diri manusia itu sendiri. Berbagai cara dilakukan untuk ber*selfie* guna mendapatkan hasil jepretan foto yang indah dan kemudian menarik bagi orang-orang yang melihat foto tersebut. Mugkin sekilas terlihat begitu sederhana makna dari *selfie* itu sendiri, namun pada dasarnya ini memberikan berbagai perubahan yang sangat besar bagi para pelaku dan juga penikmat foto-foto *selfie* itu sendiri.

Perubahan gaya hidup seseorang bisa terjadi karena mereka menggilai *selfie* secara keseluruhan dan melakukan kegiatan ini dimana saja tanpa merasa aneh dan juga malu. Masyarakat dituntut menjadi lebih konsumtif dari sebuah foto *selfie* demi sebuah pujian yang akan mereka peroleh nantinya. Berbagai hal yang sifatnya kekinian menjadi daya tarik tersendiri bagi mereka para penggila *selfie* sendiri.

Segala sesuatu hal di dunia ini tentunya memiliki berbagai dampak yang ada di dalamnya, baik itu dampak positif maupun dampak negatif. *Selfie* juga memiliki dampak positif dan juga negatif. Sejatinya memang tidak ada yang salah dalam melakukan sebuah *selfie*, namun karena manusia terlalu aktif dan kreatif kegiatan memfoto diri sendiri ini justru lebih sering berdampak buruk dari pada dampak positifnya. Bukan hanya menjadi candu bagi pelakunya tetapi ada juga yang hampir bunuh diri gara-gara foto *selfie*nya.

Memang pengkajian lebih dalam mengenai masalah *selfie* ini menjadi daya tarik tersendiri bagi penulis guna mengungkap berbagai aksi-akasi *selfie* yang begitu di gandrungi masyarakat ini. Sesuatu yang sebenarnya bukan dikatakan baru namun menjadi sesuatu yang diminati oleh seamua orang terlebih para remaja yang ada di Indonesia dan negara-negara lainnya. Masyarakat khusunya para remaja di Indonesia dituntut untuk bisa menyikapi masalah ini dengan baik dan cermat sebagaimana mestinya agar tidak menimbulkan dampak yang merugikan diri sendiri dan orang banyak tentunya.

Berikut bagan kerangka berpikir:

Gambar 8. Bagan kerangaka berpikirp