

MANAJEMEN KESAN MELALUI FOTO *SELFIE* DALAM *FACEBOOK*: STUDI FENOMENOLOGI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UMS

Puspa Aqirul Mala
 Program Studi Ilmu Komunikasi
 Universitas Muhammadiyah Surakarta
 Email: puspa.aqirulmala@gmail.com

ABSTRACT

This research explores about selfies phenomenon, especially how people managing their self-presentation through selfies on the Facebook. Computer Mediated Communications (CMC) and Erving Goffman's Dramaturgi become basic theory in this research. Six informants were active uploaded their selfies and all of them are students of Communications Science in Muhammadiyah University of Surakarta. Phenomenology qualitative data result that informants are active managing their visual impression management on Facebook. They consider that Facebook is a stage and themselves is an actor, so they can managing their selfies easily. Formed the characteristic of CMC consist of: interactive, editable, de massified, and asynchronity.

Keywords: selfies, self-presentation, impression management, phenomenology, CMC

A. PENDAHULUAN

Keberadaan teknologi dari masa ke masa menimbulkan ciri khusus yang digunakan manusia dalam berkomunikasi. Teknologi memunculkan cara lain manusia dalam berkomunikasi. Cara tersebut dijumpai oleh media komputer yang lebih lanjut disebut (*Computer Mediated Communications*) atau CMC. CMC adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antara dua orang atau lebih dengan menggunakan komputer sebagai media dan jaringan internet untuk menyambungkan pesannya. Dengan adanya CMC, manusia dalam berkomunikasi mulai meninggalkan cara berkomunikasi secara konvensional. Sehingga tidak harus bertatap muka secara langsung. CMC memiliki ciri yang membedakan dengan cara berkomunikasi secara konvensional antara lain: interaktivitas yang terjadi semakin sering dilakukan, sifat *de massified* atau pengiriman pesan dari individu ke khalayak dalam jumlah banyak, dan *asynchronity* atau pesan yang terkirim tidak terikat oleh waktu sehingga penerima pesan mudah mengabaikan pesan.

Salah satu contoh CMC adalah berkomunikasi melalui *Facebook*. Penggunaan *Facebook* sebagai situs jejaring sosial semakin banyak peminatnya. Catatan dari *alexa.com* mengungkapkan *Facebook* tetap menjadi situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia, (Julianita, 2012:3). Komunikasi di *Facebook* memunculkan berbagai fenomena sosial, salah satunya *selfie*. *Selfie* adalah cara menampilkan diri dengan memfoto diri tanpa bantuan orang lain. *Selfie* kemudian menjadi alternatif manusia dalam mempresentasikan dirinya dalam bentuk visual.

Erving Goffman dalam Ruben (2013) mengungkapkan ekspresi diri dapat dimetaforakan ketika setiap individu memainkan peran di atas panggung yang dibuatnya atau melakukan *dramaturgi*. Kenneth Burke dalam Ruben (2013) juga mengembangkan lima elemen dalam *dramatistic pentad* untuk menganalisis bahasa individual seseorang dalam berekspresi. Lima elemen itu: pertama *scene* atau panggung tempat tindakan terjadi, kedua *act* atau tindakan yang terjadi, yang ketiga *agent* atau aktor yang

melakukan, keempat *agency* atau alat yang digunakan aktor untuk mencapai tujuan, dan yang terakhir adalah *purpose* atau alasan mengapa orang melakukan hal tersebut. Dalam hal ini *Facebook* dapat disebut sebagai panggung dan *selfie* sebagai cara yang dilakukan untuk melakukan presentasi diri.

Fenomena *selfie* populer di berbagai media sosial saat *user* mengunggah foto *selfie*-nya dan tak jarang memilihnya sebagai foto profil melalui proses seleksi. Proses presentasi objek visual ini melalui tahap awal yang disebut pengelolaan kesan (*impression management*). "Individu melakukan seleksi dan mengontrol gambar yang akan dijadikan foto profil sesuai dengan perilaku yang diinginkan, tujuannya adalah untuk membentuk *image* yang diinginkan kepada orang lain." (Dayakisni, 2009).

Berdasarkan fenomena tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimanakah manajemen kesan melalui foto *selfie* dalam media sosial Facebook?

B. TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang mendasari penelitian ini yaitu *Computer Mediated Communications* dan keterkaitannya dengan presentasi diri, khususnya manajemen kesan. *Selfie* dalam penelitian ini merupakan salah satu media presentasi diri seseorang berbasis komputer. *Selfie* yang ditampilkan adalah foto yang sebelumnya telah melalui proses manajemen kesan. Dalam proses manajemen kesan membutuhkan syarat-syarat supaya kesan yang tercipta menjadi baik dan sesuai harapan. Goffman dalam Dayakisni (2009) menggambarkan manajemen kesan dijelaskan dengan teori dramaturgi. Ia berpandangan salah satu dasar interaksi sosial adalah komitmen saling timbal balik diantara individu yang terlibat dalam satu aturan yang harus dimainkan.

Oleh pakar lain, Keneth Burke dalam Ruben (2013) dramaturgis sendiri memiliki

lima elemen *dramatistic pentad*, antara lain: panggung atau *scene* tempat tindakan terjadi, tindakan atau *act*, aktor atau *agent*, alat yang digunakan aktor untuk mencapai tujuan atau *agency*, dan alasan mengapa orang melakukan tindakan atau *purpose*.

Penelitian terdahulu yang berjudul *Pieces of Me: Selfie Culture Trend* yang ditulis oleh Dian Arymami mengatakan konsep *selfie* telah menjadi sebuah budaya yang menghasilkan ilusi diri. Gangguan yang diakibatkan *selfie* dapat menyangkut tentang seksualitas, objektifikasi, dan narsisisme. Hasil penelitiannya mengarah pada konklusi bahwa *selfie* sudah menjadi kebiasaan harian dan sebagai media dalam menggambarkan budaya kaum muda dan elit. Dalam Jurnal Internasional yang berjudul *Selfies and Visual Messaging as Visual Conversation: Reports from United States, United Kingdom, and China* yang ditulis oleh James E Katz dan Elizabeth Thomas Krockner menyebutkan *selfie* memodali atau memediasi masyarakat dalam berkomunikasi secara visual. Dalam arti lain *selfie* bisa menjadi alternatif orang dalam menyampaikan maksud melalui ekspresi wajah seseorang. Dalam hasil penelitian tersebut juga mengungkap responden Amerika lebih banyak mengambil gambar *selfie* daripada Inggris dan Cina. Mereka mengatakan meskipun *selfie* hasil dari tindakan yang spontan, namun mereka akan menampilkan diri sebaik mungkin dengan berkali-kali mengambil *selfie* dan memperhatikan penampilan dan frame yang bagus. Poinnya adalah meskipun *selfie* merupakan hasil dari tindakan yang spontan, ternyata responden tetap menganggapnya sebagai sesuatu yang harus dipersiapkan. Hal tersebut sesuai dengan teori proses presentasi diri individu yang dilakukan dengan menyeleksi dan mengontrol perilaku yang diinginkannya.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Metode fenomenologi digunakan untuk memberikan kerangka cara memaknai

suatu realitas. Peneliti melihat perspektif fenomenologi menunjukkan arti fenomena yang berkaitan dengan manusia. Jenis ini dianggap paling relevan sehingga metode observasi dan wawancara mendalam dilakukan untuk memberikan gambaran secara jelas tentang fenomena *selfie* dan cara seseorang mempresentasikan diri melalui foto *selfie* dalam *Facebook*.

Teknik sampling dalam penelitian ini adalah menggunakan *purposive sampling* yakni sampel diseleksi atas dasar kriteria-kriteria khusus yang telah ditentukan oleh peneliti sesuai dengan tujuan penelitian. (Kriyantono, 2006:158). Dalam penelitian ini, peneliti memilih enam orang mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi UMS angkatan 2009 hingga angkatan 2014 dengan masing-masing angkatan adalah satu orang. Alasan pengambilan informan dari jurusan tersebut karena peneliti mengetahui, berinteraksi langsung, dan memiliki akun *Facebook* beberapa mahasiswa Ilmu Komunikasi yang aktif mengunggah foto *selfie*. Selain itu subyek penelitian juga pernah mendalami ilmu tentang sosiologi komunikasi dan psikologi komunikasi.

Tak hanya itu, sesuai dengan pembagian periode perkembangan manusia Erick Erikson (Rakhmat, 2007:8), mahasiswa Ilmu Komunikasi telah memasuki tahap *intimacy* dan *isolation*. Suatu keadaan bahwa jika seseorang berperilaku positif terhadap diri dan sekitarnya, maka ia akan intim terhadap orang lain. Sedangkan sebaliknya, jika negatif, maka akan menarik diri dari lingkungannya atau isolasi. Selain itu mahasiswa juga tergolong pada usia yang sudah stabil dan dapat menentukan hal-hal yang akan diperbuat serta mengetahui dampak positif dan negatif atas perbuatan yang dilakukan.

Adapun untuk kriteria informan adalah pengguna aktif *Facebook* sejak lima tahun terakhir dihitung sejak Januari 2010 yang sebelumnya telah diobservasi melalui akun *Facebooknya* dan merupakan pengguna *Facebook* yang pernah melakukan pengunggahan foto *selfie* minimal sepuluh kali. Kriteria tersebut dipakai supaya peneliti

mendapat gagasan yang mendalam dari informan tentang motif pengunggahan foto *selfie* dalam *Facebook*.

Sumber data primer dalam penelitian ini berasal dari wawancara mendalam dengan enam informan mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi UMS sedangkan data sekunder berasal dari observasi. Penelitian ini diawali dengan observasi yang dilakukan pada bulan Mei 2015 dengan mengamati akun *Facebook* dari keempat narasumber. Kemudian dilaksanakan wawancara guna mengumpulkan informasi terkait dengan penelitian secara mendalam pada Bulan Oktober - November tahun 2015. Lokasi penelitian dilakukan di wilayah UMS, Pabelan, Kartasura, Sukoharjo.

Validitas data yang digunakan adalah triangulasi, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu lain dari luar data untuk keperluan pengecekan dan perbandingan data penelitian. Analisis triangulasi dilakukan dengan menganalisis jawaban informan dengan data empiris yang telah tersedia sebelumnya, misalnya teori dan hasil penelitian sebelumnya. Dwidjowinoto dalam Rakhmat Kriyantono (2006) mengungkapkan ada lima triangulasi, yaitu triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset, dan triangulasi metode. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Manajemen Kesan dan Dramaturgi

Goffman dalam Dayakisni (2009) menggambarkan manajemen kesan dijelaskan dengan teori dramaturgi, bahwa individu dalam menggunakan media bertindak sebagai pelaku pertunjukan teater. Goffman berpandangan salah satu dasar interaksi sosial adalah komitmen saling timbal balik diantara individu yang terlibat dalam satu *role* yang harus dimainkan.

Syarat-syarat yang perlu dipenuhi agar kesan yang diciptakan baik adalah sebagai

berikut :

1. Penampilan muka (*proper front*)

Diekspresikan secara khusus agar orang lain mengetahui dengan jelas si pelaku. *Proper front* merupakan penampilan yang bersifat individual yang menentukan presentasi diri dan muncul sebelum audiens. Hal ini mencakup semua atribut ekspresif yang dibutuhkan untuk menjalani perannya. Informan E misalnya, atribut ekspresi yang ia gunakan adalah dengan senyuman manis, karena ia berfikir tentang konsep diri yang *friendly* dan ceria adalah dengan murah senyum.

2. Keterlibatan dalam peran

Individu sebagai aktor tentunya memiliki peran yang dijalankan. Semua informan adalah mahasiswa aktif di Universitas Muhammadiyah Surakarta (UMS) yang notabene perguruan tinggi Islam. Mereka memahami *role* sebagai mahasiswa UMS, salah satunya dengan menutup aurat maka, mereka akan senantiasa mengenakan pakaian yang menutup aurat pada saat berfoto *selfie*. Atau mereka yang berperan sebagai remaja akan bertindak sesuai dengan remaja pada umumnya. Atau yang aktif di salah satu organisasi kampus, maka ia akan sering mengunggah foto kegiatannya saat mengelola organisasi maupun berfoto dengan tokoh aktifis.

3. Mewujudkan idealisasi harapan orang lain tentang perannya

Informan sebagai mahasiswa, dirinya harus bertindak seperti mahasiswa pada umumnya. Terlebih lagi UMS sebagai salah satu universitas berbasis Islam tentu saja dalam berbusana, mahasiswa dan mahasiswinya harus menutup aurat. Informan yang didominasi perempuan mengatakan mengenakan pakaian syar'i adalah hal yang tak bisa ditawar. Informan C misalnya, ia menyinkronkan yang menjadi kesehariannya di dalam kehidupan kampus dengan foto *selfie* yang diunggahnya. Ia beralasan selain memang sudah menjadi pilihannya, hijab membuatnya terlihat lebih feminim dan cantik.

4. Mystification

Pada umumnya peran menuntut pemeliharaan jarak sosial tertentu antara aktor dan orang lain. Maksudnya, kedekatan emosional seseorang dengan orang lain belum tentu membuat keduanya dekat secara *online*. Hal tersebut memicu adanya jarak dan batasan komunikasi di dunia maya. Informan D menjelaskan pengalamannya tentang teguran yang ia dapat dari dosen. Secara emosional dosen tersebut dekat dengan dirinya dan juga berteman dalam *Facebook*, namun hal tersebut tak lantas membuat informan merasa nyaman dalam mengunggah segala sesuatu di *Facebook*. Hal itu membuat informan D memelihara jarak sosial pada lingkungan *online* atau dunia mayanya dengan orang lain.

Pentad dalam Facebook

Oleh pakar Keneth Burke dalam Ruben (2013) mengungkapkan dramaturgi memiliki lima elemen *dramatistic pentad*, antara lain :

1. Panggung atau *scene*

Tempat tindakan terjadi. Ibarat akan mementaskan sebuah drama, aktor memerlukan panggung sebagai tempat untuk melangsungkan pertunjukan. Panggung dalam kajian ini adalah *Facebook* untuk menampilkan segala tindakan atau aksi yang dilakukan informan. *Facebook* dijadikan para informan sebagai panggung untuk melakukan perannya sesuai dengan tujuan awal mereka ber-*selfie*. Kesimpulan dari tujuan informan mengunggah foto *selfie* adalah untuk menampilkan diri semenarik mungkin agar mendapat kesan yang positif dari orang lain. Karena menurut informan, kesan yang baik akan membuat komunikasi terjalin secara efektif.

2. Tindakan atau *act*

Tindakan adalah sesuatu yang dilakukan dengan tujuan tertentu. Dalam hal ini tindakan yang dimaksud adalah *selfie* itu sendiri yang diunggah informan dalam jejaring sosial *Facebook*. Sebagai contoh informan B yang ingin mengkomunikasikan

kepada orang lain bahwa dirinya adalah anak gaul, maka ia akan mengunggah foto-foto *selfie* bersama teman-teman nongkrongnya di *cafe*.

3. Actor atau *agent*

Dalam memainkan perannya dalam *Facebook*, informan sadar akan tindakan yang dilakukan. Mereka juga sadar bahwa mereka yang menentukan tindakan yang dilakukan sesuai dengan yang diinginkan. Informan A misalnya yang merupakan seorang aktifis dengan hobi berpetualang di alam bebas akan menampilkan diri melalui *selfie* dengan gaya layaknya aktifis pada umumnya, yakni dengan sering mengunggah foto di alam bebas atau foto kegiatan organisasinya. Informan D yang ingin menampilkan perannya sebagai perempuan yang anggun dan alim, maka dia akan menghindari gaya-gaya yang kekanak-kanakkan.

4. Alat yang digunakan aktor untuk mencapai tujuan atau *agency*

Alat utama yang digunakan dalam ber-*selfie* tentu saja adalah kamera. Ada bermacam kamera yang digunakan antara lain: kamera digital, kamera handphone, kamera kedap air, dan kamera go-pro. Dengan menggunakan tongkat narsis (*tongsis*), informan merasa sangat terbantu karena mereka dapat membuat objek lebih banyak dan sesuai dengan harapan dari yang ditangkap dengan kamera. Informan A yang lebih menyukai foto *selfie outdoor* mengungkapkan dengan bantuan *tongsis background* atau latar belakang terlihat lebih jelas dan menambah efek dramatis.

5. Alasan orang melakukan tindakan atau *purpose*

Bab sebelumnya telah disinggung mengenai studi fenomenologi yang menganggap manusia secara aktif dan sadar menilai pengalaman sehingga dapat memahami lingkungannya melalui pengalaman personal. Prinsip dasar fenomenologi menurut Stanley Deetz dalam Morissan (2013) yakni kesadaran. Manusia secara sadar memiliki tujuan atau

alasan tertentu dalam melakukan tindakan. Sesuai wawancara yang telah dilakukan, semua informan mengaku secara sadar dalam melakukan *selfie* memiliki tujuan tertentu. Tujuan mereka dalam melakukan *selfie* bermacam-macam, mulai dari memperlihatkan eksistensi diri, ekspresi, menambah teman dan *link* jaringan sosial, memperoleh perhatian dan sanjungan, pamer, serta menyimpan *file* foto dalam jejaring sosial.

E. PENUTUP

1. Kesimpulan

Meskipun *selfie* dianggap sebagai tindakan yang spontan, namun para informan menyebutkan perlu menampilkan diri sebaik mungkin. Hal tersebut selaras dengan teori manajemen kesan khususnya dramaturgi bahwa *Facebook* sebagai panggung dan *selfie* sebagai *act* atau tindakan. Dalam bertindak, informan memperhatikan beberapa hal yang menjadi syarat agar kesan yang diciptakan baik. Informan mempresentasikan dirinya dengan memperhatikan penampilan muka, keterlibatan perannya, perwujudan idealisasi orang lain terhadap dirinya, dan *mystification*.

Selain itu, hasil penelitian mendukung bahasan Kenneth Burke tentang *dramatistic pentad* dengan masing-masing informan konsen kepada panggung, tindakan, aktor atau dirinya sendiri, alat-alat yang digunakan, dan alasan mereka melakukan tindakan tersebut. Terlebih lagi, *selfie* dalam hal ini merupakan jenis CMC yang memiliki ciri khusus dalam pola komunikasinya, yakni bersifat interaktif, *editable*, *de massified*, dan asinkron.

2. Saran

a. Bagi subjek

- Diharapkan mampu menggunakan teknologi dengan sebaik-baiknya dan bijak.
- Sebagai insan komunikasi diharapkan dapat mempraktikkan

- ilmu yang didapat dalam kehidupan sehari-hari supaya tercipta komunikasi yang efektif.
- Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah tinjauan pustaka mengenai fenomena *selfie* dan dapat melakukan penelitian dengan pandangan atau *angle* lain supaya memperkaya penelitian tentang fenomena media baru.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Dayakisni, Tri & Hudaniah. 2009. *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press
- Julianita, Winda. 2010. *Be A Smart & Good Facebookers*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Mulyana, Deddy dan Solatun. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Ruben, Brent D, dan Lea P. Stewart. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: Rajawali Pers
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Jurnal:

- Arymami, Dian. *Pieces of Me: Selfie Culture Trends. The First International Conference on Innovative Communication and Sustainable Development in Asean*
- Katz, James E and Elizabeth Thomas Crocker. 2015. *Selfie and Photo Messaging as a Visual Conversation Reports from United States, United Kingdom, and China. International Journal of Communications* 9