

Rekayasa Gambar Diri Remaja dalam Mencapai Pengakuan Sosial di Instagram

Tuti Widiastuti

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie
Jl. HR. Rasuna Said Kav. C-22, Kuningan, Jakarta Selatan 12920
Telp: 021-5261448 ext. 247, Faks: 021-5263191
E-mail: tuti.widiastuti@bakrie.ac.id

Abstract

Instagram is a phenomenon that has infected, especially the youth. The teens is downloading the application in order to meet the needs. This research method is qualitative descriptive. To get the data the researchers used two types of data collection techniques, ie in-depth interviews and documentation. Based on research, there are some motifs to be achieved by adolescents when engineering the self image and upload it to Instagram, as you want to reproduce the photos on Instagram, capture the moments and the most dominant is to want to get the attention of others in the form of comments and the like. The findings concluded that most adolescents using Instagram in order to display the desired identity, and in doing engineering drawings themselves to be a hobby, improve the existence, and just like

Keywords: *self picture manipulated, teenager, social recognition, Instagram.*

Abstrak

Instagram menjadi sebuah fenomena yang telah menginfeksi khususnya kaum remaja. Para remaja mengunduh aplikasi tersebut guna untuk memenuhi kebutuhan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif bersifat kualitatif. Untuk mendapatkan data peneliti menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa motif yang ingin dicapai oleh kaum remaja ketika melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram, seperti ingin memperbanyak foto di Instagram, mengabadikan momen-momen serta yang paling dominan ialah ingin mendapat perhatian dari orang lain berupa komentar dan *like*. Hasil penemuan menyimpulkan bahwa sebagian besar remaja menggunakan Instagram agar bisa menampilkan identitas diri yang diinginkan, dan dalam melakukan rekayasa gambar diri agar dapat menyalurkan hobi, meningkatkan eksistensi, dan hanya sekedar suka.

Kata Kunci: rekayasa gambar diri, remaja, pengakuan sosial, instagram.

Pendahuluan

Perkembangan internet khususnya media sosial saat ini mengalami perkembangan yang pesat. Media sosial sudah banyak digunakan untuk di luar dari pencarian informasi semata, seperti untuk pengembangan identitas diri penggunanya. Pertama, media sosial bisa digunakan sebagai pemberi identitas pribadi khalayak. Kedua, media sosial dapat dijadikan sebagai sarana untuk mengidentifikasi diri dengan nilai lain pada media. Ketiga, media sosial sebagai pemberi identitas diri, dimana melalui media seseorang dapat meningkatkan pemahaman atas dirinya sendiri. Hal tersebut berdampak besar bagi seorang remaja yang selalu sensitif dengan hal-hal yang baru. Namun untuk menilai bagaimana diri seseorang dibutuhkan pihak lain untuk menilainya, dan di sinilah media sosial dapat dimanfaatkan seseorang untuk melihat siapa, apa, serta bagaimana diri kita sebenarnya dari penilaian orang lain.

Media sosial sebagai saluran dan sarana pergaulan sosial menjembatani interaksi secara online di dunia maya yang kita kenal dengan saluran internet. Pengguna media sosial disebut dengan *user* di mana mereka saling berkomunikasi, berinteraksi, kirim informasi, berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan komunikasi sosial (*social communication networking*). Media sosial Instagram merupakan layanan aplikasi berbasis online di mana para *user* berbagi foto pertama kali muncul melalui App Store pada aplikasi Apple. Instagram juga memungkinkan bagi *user* untuk mengambil foto, edit, filter digital, dan *sharing* foto melalui jejaring komunikasi sosial milik instagram sendiri juga ke situs-situs jejaring komunikasi sosial seperti facebook, twitter, foursquare, tumblr, flickr, dan posterous.

Media sosial semakin marak dan mereka bisa dikategorikan sebagai industri budaya karena lebih mementingkan keuntungan dan komersialitas dari pada meminati pada nilai kritis terhadap kreativitas dari kebebasan manusia dalam mengekspresikan dirinya. Sisi industri budaya media sosial disebut sebagai

gerak penyerangan pencerahan terhadap hasil dari kreativitas tidaklah lagi bersifat autentik. Hal tersebut dikarenakan dunia industri media sosial hanya melayani kepentingan konsumen secara tidak kritis, sementara konsumen tidak lagi menjadi independen karena mereka tidak menemukan identitas diri yang mampu menstimulasi daya kritis mereka. Hasil akhir dari kreativitas di media sosial saat ini adalah hanya sebuah kegembiraan yang kosong atau tiada artinya lagi.

Penelitian mengenai teknologi komunikasi dilakukan oleh (Setiansah, Udasmoro, dan Noviani, 2015: 184), yaitu bentuk represi yang belakangan muncul seiring dengan integrasi *smartphone* yang semakin lekat dalam kehidupan sehari-hari perempuan adalah bahwa perempuan kerap kali dipandang “kebablasan” di dalam menggunakan *smartphone* mereka. Perempuan kerap disebut telah melupakan tugas-tugas reproduktifnya karena sibuk memakai *smartphone*. Perempuan juga seringkali dituding telah membelanjakan uang mereka untuk membeli *smartphone* sekedar untuk memenuhi hasrat akan gaya hidup. Bahkan perempuan juga dipandang banyak menyalahgunakan *smartphone* untuk membangun relasi emosional dengan lawan jenisnya.

Budaya populer saat ini sudah mulai mendapatkan tempat tersendiri dalam kehidupan masyarakat. Di mana sekarang masyarakat sudah meniru semua tindakan atau ajakan yang ditawarkan oleh sebuah medium yang sudah mendunia yaitu media sosial. Masyarakat sudah terhegemoni oleh para kaum elite yang mengubah pola pikir masyarakat dengan membenarkan segala sesuatu yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sekarang ini merupakan hal yang memang sudah sewajarnya terjadi dan hal itu merupakan dampak dari perkembangan masyarakat modern.

Antonio Gramsci meyoroti hegemoni sebagai persoalan baru yang sebelumnya tidak dipikirkan oleh para pemikir Marxisme di bawah persoalan yang muncul secara orisinal dalam pengalaman politik di Italia pada masa

rezim fasis Mussolini. Gramsci dalam karya pentingnya, *Prison Notebooks* (1929-1933) berhasil mematahkan tesis utama pemikiran Marxisme bahwa dominasi kekuasaan tidak selamanya berakar pada kepentingan ekonomis belaka, akan tetapi dominasi kekuasaan berakar dari kebudayaan politis. Suatu rezim dalam sistem kekuasaan fasistis berjalan melalui dua jalur penguasaan, yaitu: pertama adalah penguasaan kesadaran melalui jalan pemaksaan dan kekerasan atau *coercive*, dan kedua adalah penguasaan lewat jalan hegemoni berupa kepatuhan dan kesadaran masyarakat.

Adorno dan Max Horkheimer pada buku mereka yang berjudul *Dialectic of The Enlightenment* (1972) membahas mengenai kondisi proyek pencerahan yang telah mencapai akhir kematian dengan adanya birokrasi, rasionalitas, pragmatis, teknologi, dan perang ideologi. Kondisi semua ini menjadikan kelompok-kelompok masyarakat marjinal semakin terbelenggu. Pemikiran Adorno tentang ideologi senantiasa melatar-belakangi penilaian tentang kebenaran dalam sebuah kondisi sosial. Dalam pandangan Adorno di mana “esensi” dan “penampakan” terdapat kebenaran “fantasmagoria” pada pembentukan komoditas. Karena segala sesuatu yang dipikirkan oleh manusia tidak bersifat bebas, karena mereka terikat dengan sistem kapitalis yang ada, di mana hal yang dapat dilakukan oleh manusia adalah menyesuaikan diri dengan keadaan yang ada bukan melawannya (Sutrisno dan Putranto, 2005: 39).

Saat ini budaya populer yang terjadi khususnya remaja menjadikan media sosial sebagai tempat memamerkan kehidupan pribadinya. Dimana remaja yang terlihat “wah” dalam akun sosial medianya akan mendapat pengakuan lebih dari orang lain. Namun hal tersebut disalah-gunakan oleh remaja yang memaksakan dirinya untuk terlihat lebih pada akun media sosialnya dengan memalsukan atau merekayasa gambar pada *postingan* foto-foto mereka di media sosial.

Budaya menurut Edward T. Hall (1960,

dalam Liliweri, 2005: 361-362) menjelaskan bahwa budaya adalah komunikasi dan komunikasi adalah budaya. Ketika kita mulai berbicara tentang komunikasi, maka kita tidak bisa menghindari bicara tentang budaya. Budaya dan komunikasi berhubungan begitu erat dan dinamis. Inti budaya merupakan komunikasi, namun pada kenyataannya budaya yang tercipta juga bisa mempengaruhi cara berkomunikasi anggota budaya yang bersangkutan. Sementara budaya diimplementasikan dalam banyak cara. Ada yang melihat isi media dari sisi artistik, psikoanalisis, antropologi, mitologi, ritual dan sebagai aktivitas bisnis serta politik. Isi media, karenanya, dijadikan titik mula dalam memahami budaya dan kekuatan seperti apa yang beroperasi di dalamnya (Suparno dan Wibawa, 2014: 221).

Menurut O’Brien and Szeman (dalam Danesi, 2004: 7) budaya populer adalah budaya yang ada karena sekelompok orang membuat atau melakukannya untuk diri mereka sendiri. Maka dari itu karena hal yang baru tersebut banyak diterima masyarakat maka muncullah budaya populer. Menurut Danesi (2012: 2) mengatakan budaya populer sebagai berikut: “*pop culture alludes, essentially, to a form of culture that makes little, if any, such categorical distinctions, making it a non traditional form of culture in this sense.*” Maksudnya bahwa budaya populer secara khusus mengarah kepada pembentukan budaya yang membuat (apabila ada) sedikit perbedaan budaya yakni non tradisional. Ketika budaya populer telah menjadi realita sosial, budaya ini merubah gaya hidup dan selera orang-orang yang berbeda, dan pada akhirnya menyatukan negara dengan cara yang merakyat.

Adapun definisi budaya populer menurut Storey (2003: 10) adalah sebagai berikut:

- Budaya populer merupakan budaya yang menyenangkan dan disukai banyak orang.
- Budaya populer adalah budaya sub standar yang mengakomodasi praktik budaya yang tidak memenuhi persyaratan budaya tinggi.
- Budaya tinggi merupakan kreasi hasil kreativitas individu, berkualitas, bernilai luhur, terhormat dan dimiliki oleh golongan

elit, seperti para seniman, kaum intelektual dan kritikus yang menilai tinggi rendahnya karya budaya. Sedangkan budaya populer adalah budaya komersial (memiliki nilai jual) dampak dari produksi massal.

Budaya populer merupakan budaya massa, yaitu budaya yang diproduksi oleh massa untuk dikonsumsi secara massal. Budaya ini dikonsumsi tanpa pertimbangan apakah budaya tersebut dapat diterima di dalam masyarakat atau tidak. Budaya populer berasal dari pemikiran postmodernisme. Hal ini berarti pemikiran tersebut tidak lagi mengakui adanya perbedaan antara budaya tinggi dan budaya kelas bawah dan menegaskan bahwa semua budaya adalah budaya komersial.

Remajaberasaldarikaasingadolensence yang berarti tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Istilah *adolensence* mempunyai arti yang lebih luas lagi yang mencakup kematangan mental, emosional, social, dan fisik. Pada masa ini sebenarnya sosok remaja belum mempunyai tempat yang jelas karena tidak termasuk golongan anak tetapi tidak juga golongan dewasa atau tua. Masa remaja menunjukkan dengan jelas sifat transisi atau peralihan, karena remaja belum memperoleh status dewasa dan tidak lagi memiliki status anak. Menurut Sri Rumini dan Siti Sundari (2004: 53) bahwa masa remaja adalah peralihan dari masa anak dengan masa dewasa yang mengalami perkembangan semua aspek atau fungsi untuk memasuki masa dewasa.

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan deskriptif bersifat kualitatif merupakan metode yang digunakan oleh ilmu-ilmu kemanusiaan karena tujuan utamanya untuk memahami dan mengerti suatu gejala, fenomena, fakta, realita, dan peristiwa yang dialami oleh manusia. Creswell (2008, dalam Semiawan, 2010:7) mendefinisikan metode kualitatif merupakan suatu metode atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Untuk mengerti gejala sentral tersebut peneliti mewawancarai

peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan umum.

Penelitian kualitatif pada dasarnya dikembangkan dengan maksud hendak memberikan makna (*making sense of*) terhadap data, menafsirkan (*interpreting*), atau mentransformasikan (*transforming*) data ke dalam bentuk-bentuk narasi yang kemudian mengarah pada temuan yang bernuansakan proposisi-proposisi ilmiah yang akhirnya sampai pada kesimpulan-kesimpulan final (Pawito, 2007: 101).

Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah rekayasa gambar di Instagram dalam mencapai pengakuan sosial. Dimana peneliti ingin melihat bagaimana media sosial digunakan oleh remaja dan mengapa media sosial menjadi salah satu perangkat penting dalam mencapai pengakuan sosial, sedangkan subyek penelitian ini adalah *user* Instagram yang tidak ingin dipublikasikan identitasnya.

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung di lapangan oleh peneliti sebagai subyek penelitian. Data primer dari penelitian ini adalah data yang didapatkan secara langsung dari hasil wawancara mendalam terhadap pelaku rekayasa gambar pada Instagram. Data Sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada yaitu buku, laporan, dan artikel jurnal.

Untuk melakukan reliabilitas dalam penelitian kualitatif maka dapat dilakukan dengan memungkinkan penelitian ini dijadikan sebagai acuan dan dapat diteliti kembali oleh peneliti lainnya. Selain itu, para pembaca juga mampu mengerti proses dan hasil yang didapat dari peneliti. Sedangkan validitas dalam penelitian kualitatif merupakan kredibilitas uraian, kesimpulan, penjelasan, penafsiran, atau bentuk pembahasan lain. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis melakukan teknik pengujian data dengan cara Triangulasi Data, teknik ini menunjuk pada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memperoleh data yang berkenaan dengan persoalan yang sama. Hal ini juga berguna agar

peneliti dapat menguji data yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain.

Hasil Penelitian dan Pembahasan Motif Rekayasa Gambar Diri di Instagram

Berdasarkan hasil *in-depth interview* yang dilakukan oleh peneliti dengan salah mahasiswa sebagai informan yang aktif menggunakan Instagram. Peneliti menemukan beberapa jawaban mengenai motif rekayasa gambar diri di Instagram, bahwa informan menggunakan Instagram karena mengikuti lingkungan sosial yang sedang menjadi tren di kalangan anak mahasiwa, selain itu karena tidak ingin dianggap sebagai individu yang gagap teknologi akan teknologi apalagi media sosial.

Media sosial juga menjadi tempat di mana siapa saja bisa mengetahui seseorang tanpa saling mengenal ataupun memiliki kedekatan sebelumnya. Bukan hanya itu saja, tujuan dari mengunggah foto-foto ataupun video dalam Instagram selain eksistensi diri yang dicari adalah *likers* dan *followers*. Media sosial juga identik dengan *haters*, yang kebiasaannya adalah mem-*bully* orang lain melalui media sosial lewat kolom komentar. Hal ini ditanggapi oleh Informan bahwa jika ada orang yang bertingkah seperti itu dianggap bukan hal yang harus dipermasalahkan karena semua orang berhak memberikan komentar. Semakin individu itu memiliki *likers* dan *followers* banyak, maka akan dianggap sebagai orang yang terkenal atau gaul. Seseorang yang seperti itu akan menjadi contoh bagi orang lain untuk berusaha menyamakan dirinya seperti apa yang ditampilkan oleh orang tersebut yang terlihat menarik dalam Instagram.

Motif adalah sesuatu yang ada pada diri individu yang menggerakkan atau membangkitkan sehingga individu itu berbuat sesuatu (Hamadi, 2002: 192). Dalam melakukan suatu hal, seseorang tentu saja memiliki motif yang mendasari ataupun motif yang ingin dicapainya. Selain itu, terdapat berbagai alasan yang mendorong seseorang untuk melakukan rekayasa gambar diri kemudian mengunggahnya ke Instagram.

Motif yang dimiliki seseorang membuat informan termotivasi untuk melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram. Kegiatan rekayasa gambar diri yang dilakukan oleh kaum remaja akan membuat mereka memiliki identitas tertentu. Di mana, identitas remaja pelaku rekayasa gambar diri tersebut memiliki karakteristik yang khas dari remaja yang memiliki motif tertentu dan kategori tertentu.

Berdasarkan pandangan Alfred Schutz (dalam Berger and Luckamn, 1990: 28). yang menggolongkan motif ke dalam dua bagian, yaitu motif untuk (*in order to motive*) yang berarti tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana harapan, minat yang diinginkan aktor atau remaja *rekayasa gambar diri* dan motif karena (*became motive*) yang merujuk kepada pengalaman masa lalu aktor atau remaja yang tertanam dalam pengetahuannya sehingga menjadikan hal tersebut sebagai suatu alasan untuk bertindak.

- Motif Masa Lalu

Para remaja pelaku rekayasa gambar diri memiliki berbagai alasan yang mendorong mereka untuk melakukan rekayasa gambar diri yang kemudian diunggah ke Instagram. Motif masa lalu menjadi alasan bagi seseorang untuk mempertahankan kehidupannya, misalnya sudah tradisi atau kebiasaan.

- Motif Masa Yang Akan Datang

Para remaja pelaku rekayasa gambar diri juga memiliki berbagai alasan di mana dorongan untuk melakukan rekayasa gambar diri yang kemudian diunggah ke Instagram lebih berorientasi pada apa yang ingin dicapai atau dikehendaki pada masa yang akan datang dari kegiatan yang dilakukan tersebut.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Jangka Panjang

Remaja pelaku rekayasa gambar diri jangka panjang adalah mereka yang melakukan rekayasa gambar diri dengan motif yang jelas, seperti untuk mengabadikan momen dan memotivasi orang juga mungkin ada keperluan komersial, seperti menjadi *brand ambassador*.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Sementara/Temporer

Remaja yang melakukan rekayasa gambar diri hanya untuk mengikuti perkembangan atau sekedar ikut-ikutan dan mereka yang memiliki motif jangka pendek, seperti untuk mendapatkan perhatian dari orang, namun tanpa memiliki tujuan yang berarti.



Gambar 1. Contoh Tampilan Instagram

Pengakuan Sosial di Instagram

Di jaman modernisasi banyak sekali para remaja yang banyak menggunakan aplikasi media sosial di gadget mereka. Media sosial tersebut sebagai bagian dari perkembangan Internet yang telah membawa banyak perubahan dan untuk memenuhi kebutuhan akan perubahan tersebut. Salah satu media sosial tersebut adalah Instagram.

Dengan kemunculan Instagram, banyak kegiatan yang dapat diabadikan melalui foto, misalnya kegiatan rekayasa gambar diri, yaitu kegiatan berfoto yang menampilkan seluruh atau sebagian tubuh pengguna dengan menggunakan kamera *handphone*, di mana foto-foto tersebut dapat diunggah ke Instagram dengan efek-efek

yang dimiliki media sosial tersebut. Adapun hal lain yang dapat dilakukan kaum remaja dalam menggunakan Instagram, misalnya membuat *online shopping*. Di sini kaum remaja belajar untuk memanfaatkan media sosial untuk membuat suatu bisnis yang dapat menguntungkan diri sendiri maupun orang yang mengikuti pengguna atau bisa dibilang dengan *followers*. Remaja juga menggunakan Instagram sebagai bagian dari inspirasi mode mereka ataupun sebagai media di mana mereka dapat mengetahui apa saja yang idola mereka lakukan.

Dari semua sudut pandang mengenai penggunaan Instagram sendiri, hal yang paling fenomenal yang dilakukan oleh kaum remaja ialah melakukan rekayasa gambar diri hal ini dikarenakan foto yang diunggah ke media sosial seperti Instagram dapat memenuhi kebutuhan ke arah aktualisasi para remaja tersebut, sehingga mereka merasa rekayasa gambar diri sebagai media yang dapat menyalurkan kebutuhan mereka. Fenomena tersebut berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri (*self image*). Karena melalui rekayasa gambar diri, 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 ia inginkan agar dapat memenuhi kebutuhannya. Selain itu juga dapat membuat ia menilai dirinya sendiri atau dinilai oleh orang lain. Karena mereka dapat lebih mengutarakan apa yang dipikirkannya. Usaha-usaha yang dilakukan oleh remaja secara tidak langsung membuat mereka berkomunikasi dengan dirinya sendiri. Sehingga, *instagram* ditinjau dari sudut pandang komunikasi intrapersonal, dan hal tersebut dapat memengaruhi identitas diri dari remaja tersebut.

Berdasarkan kategori motif remaja pelaku rekayasa gambar diri yang mengunggahnya ke Instagram, dapat ditemukan dua kategori remaja, yaitu remaja pelaku rekayasa gambar diri masa lalu dan remaja pelaku rekayasa gambar diri masa yang akan datang.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Masa Lalu

Remaja pelaku rekayasa gambar diri masa lalu adalah remaja yang melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram dengan berorientasi pada masa lalu. Mereka adalah yang sudah melakukan rekayasa gambar diri sejak dahulu walaupun pada masa lalu saat melakukannya mereka belum mengetahui apa itu rekayasa gambar diri. Akan tetapi, setelah mengetahui mengenai rekayasa gambar diri. Mereka tetap melakukannya.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Masa Yang Akan Datang

Remaja pelaku rekayasa gambar diri masa yang akan datang adalah remaja yang memiliki motif untuk masa yang akan datang. Mereka adalah remaja yang melakukan rekayasa gambar diri karena pengaruh zaman agar dianggap tidak ketinggalan zaman alias ikut-ikutan atau mereka yang melakukan rekayasa gambar diri namun tanpa tujuan yang berarti.

Sebagai suatu rangkaian proses, identitas remaja pelaku rekayasa gambar diri ini menunjukkan suatu karakteristik yang khas dari remaja pelaku rekayasa gambar diri yang memiliki motif tertentu dan kategori tertentu.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Jangka Panjang

Remaja pelaku rekayasa gambar diri jangka panjang adalah mereka yang telah lama melakukan rekayasa gambar diri walaupun belum mengetahui apa itu rekayasa gambar diri. Kesulitan untuk menghilangkan kegiatan rekayasa gambar diri bukan karena hal lain, namun karena kegiatan rekayasa gambar diri tersebut sudah menjadi kebiasaan atau tradisi maupun hobi yang sudah sejak lama ia lakukan atau miliki. Kebiasaan yang berulang akan membuat remaja menjadi terbiasa melakukan rekayasa gambar diri dan perilaku tersebut sulit untuk dipisahkan dalam kehidupannya.

- Remaja Pelaku Rekayasa gambar diri Sementara/Temporer

Remaja pelaku rekayasa gambar diri sementara adalah identitas dari kategori remaja pelaku rekayasa gambar diri masa akan datang. Temporer/sementara artinya mereka yang melakukan rekayasa gambar diri hanya untuk sementara.

Motif berupa hobi yang dimiliki oleh kaum remaja merupakan sesuatu yang ia miliki bahkan sebelum ia mengetahui tentang rekayasa gambar diri. Hobi berfoto tersebut tetap mereka lakukan bahkan setelah mereka mengetahui apa itu rekayasa gambar diri. Foto rekayasa gambar diri yang diunggah ke Instagram dapat menjadi wadah yang sesuai baginya untuk menyalurkan dan terus mengembangkan hobi berfoto yang mereka miliki. Selain itu, pengaruh lingkungan sekitar seperti rasa ikut-ikutan, lucu-lucuan atau ser-seruan dengan teman-teman serta rasa ingin diakui atau diperhatikan menjadi motif dominan yang dimiliki para remaja. Hal-hal tersebut menjadi motif masa lalu bagi para remaja yang mendorong mereka untuk bertindak. Sehingga, terdapat alasan-alasan ataupun dorongan-dorongan di masa lalu bagi remaja untuk melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggah foto tersebut ke Instagram. Hal ini sejalan hakikat manusia yang akan berperilaku atau bertindak jika mereka memiliki kebutuhan. Di mana kebutuhan tersebut merupakan sesuatu hal yang menuntut untuk segera dipenuhi agar mendapat keseimbangan. Kebutuhan tersebut akan menjadi motivasi yang mendasari seseorang untuk bertindak. Sehingga, akan timbul dorongan dari dalam diri manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya (Hamadi, 2002: 193).

Sebagai seorang remaja, tentu saja melakukan sesuatu yang dapat menunjukkan diri mereka kepada orang banyak ataupun dunia luar. Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa motif yang ingin dicapai oleh kaum remaja ketika melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram, seperti ingin memperbanyak foto di Instagram, mengabadikan momen-momen serta yang paling dominan ialah

ingin mendapat perhatian dari orang lain berupa komentar dan *like*.

Psikolog dan direktur Media Psychology Research Center, Dr. Pamela Rutledge, menyatakan bahwa keinginan memotret, *posting*, dan mendapatkan *like* dari situs jejaring sosial merupakan hal yang wajar pada setiap orang keinginan ini dipengaruhi rasa kita pada hubungan sosial (www.kompasiana.com). Hal ini sebetulnya sama dengan saat orang mengatakan betapa bagus baju yang dikenakan. Secara biologis, pengakuan sosial merupakan kebutuhan, bahkan ada area pada otak yang dikhususkan untuk aktivitas sosial.

Sehingga, ketika remaja mengunggah foto rekayasa gambar diri ke media sosial seperti Instagram adalah untuk mencari pembuktian diri. Mereka ingin mendapatkan penilaian positif dari komen-komen atau *like* yang mereka dapatkan. Ketika dia tidak mendapat respon positif harga dirinya bisa merosot, sebaliknya harga diri akan meningkat jika mendapatkan banyak respon positif.

Motif dalam melakukan rekayasa gambar diri dan mengunggahnya ke Instagram sejalan dengan pengertian motivasi menurut Jeffery, *at al* (dalam Simatupang, 2015: 1-15), bahwa proses motivasi terjadi karena adanya kebutuhan, keinginan, maupun harapan yang tidak terpenuhi yang menyebabkan timbulnya ketegangan. Pada tingkat tertentu ketegangan ini akan berubah menjadi hasrat yang mendorong individu melakukan sesuatu perilaku tertentu guna memenuhi kebutuhan, keinginan dan hasratnya tersebut (Suryani, 2008: 27). Motif yang diartikan sebagai suatu dorongan pada diri seseorang untuk melakukan dalam mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, motif yang dimiliki oleh sebagian kaum remaja ialah agar dapat menyalurkan hobi (*passion*) mereka ataupun mendapat perhatian berupa komentar ataupun *like* dari orang lain.

Selanjutnya, motif yang timbul dalam diri seseorang dapat memotivasinya untuk melakukan sesuatu hal atau bertindak yang dapat memenuhi kebutuhannya. Hal ini juga

terdapat dalam diri informan dalam penelitian ini. Hal ini terlihat dari motifnya untuk dapat eksis di media sosial serta kebutuhannya untuk mendokumentasikan kegiatannya dengan orang-orang terdekatnya melalui rekayasa gambar diri yang diunggah ke Instagram. Sehingga, media sosial dapat digunakan untuk menampilkan citra diri yang diinginkan dan bukan citra diri yang sebenarnya.

Simpulan

Media sosial sudah merajalela di kalangan remaja pada zaman ini. Seperti yang sudah dijelaskan di atas perkembangan Internet sangat menunjang munculnya situs-situs yang kita tahu yaitu media sosial. Munculnya media sosial Instagram, menjadikan para remaja saat ini mengalami perubahan pada pola perilaku dalam menggunakan media sosial di kehidupannya. Dimana media sosial diciptakan sebagai tempat untuk mencari informasi, menjalin hubungan komunikasi dengan orang lain secara jarak jauh. Semenjak ada Internet juga semua kegiatan dapat dilakukan dalam satu waktu dan lebih praktis.

Instagram dirancang sedemikian rupa dengan memiliki berbagai fitur yang di tawarkan mendukung seseorang agar mampu menunjukkan sebuah hal yang dimana dengan menunjukkan hal tersebut orang lain akan merasa kagum dengan postingan-postingan yang dilakukan oleh setiap individu. Melalui foto-foto, video, banyak ataupun sedikitnya *followers* dan *likers* seseorang dapat menawarkan penilaian yang ditampilkan melalui unggahannya tersebut. Perubahan perilaku masyarakat dalam menggunakan media sosialnya tidak terlepas dari makin berkembangnya budaya populer yang menjadi hal baru dan menarik membuat masyarakat khususnya remaja mengikuti budaya populer tersebut.

Secara umum tujuan utama informan dalam menggunakan media sosial Instagram adalah untuk mendapatkan pengakuan sosial didalam kalangan lingkungan di sekitarnya. Dengan begitu pada pencarian identitas diri di kalangan masyarakat ia membutuhkan adanya

sebuah penghargaan dan pengakuan atas apa yang telah dicapai melalui media sosialnya. Tetapi jika tujuan untuk mendapatkan pengakuan tersebut tidak tercapai maka yang dilakukan adalah hal lain, dengan pemalsuan pada *postingan* Instagram yaitu melakukan rekayasa gambar di Instagram dalam mencapai pengakuan sosial. Dengan menginginkan pengakuan sosial yang positif membuat orang akan melakukan segala macam hal agar keinginannya tersebut tercapai.

Hal ini terkait dengan teori *Hegemony* yang dikemukakan oleh *Gramsci* yaitu di mana kondisi masyarakat saat ini sudah terhegemoni oleh para kaum elite yang mengubah pola pikir masyarakat dengan membenarkan segala sesuatu yang terjadi dalam kehidupan masyarakat sekarang ini, dan hal yang fatal adalah masyarakat juga menganggap hal tersebut adalah hal yang memang sudah sewajarnya terjadi dan itu merupakan dampak dari perkembangan masa. Secara tidak sadar budaya populer yang membentuk perilaku masyarakat dan media adalah yang menjadi *tools* utama dalam penyebarluasan budaya populer di kalangan masyarakat khususnya remaja.

Dari penelitian yang telah di analisis dapat disimpulkan bahwa budaya populer adalah budaya yang lahir atas kehendak media yang artinya jika media mampu memproduksi sebuah bentuk budaya maka publik akan menyerapnya dan menjadikan itu sebuah bentuk dari kebudayaan. Karena kekuatan budaya populer yang saat ini sudah melekat dalam masyarakat sudah membentuk banyak pemikiran masyarakat serta terjadinya perubahan pola perilaku masyarakat yang disebabkan oleh munculnya budaya populer yang menggunakan media sosial sebagai perangkat dalam penyebarluasan budaya populer tersebut dalam kalangan masyarakat khususnya remaja.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang penulis berikan: bagi para remaja dianjurkan untuk lebih bijak dalam menggunakan media sosial dengan tidak melakukan hal-hal buruk karena terpaan dari budaya populer yang ada, dan membuka pemikiran dengan mencari informasi tentang

perkembangan budaya populer karena tidak akan ada habisnya dan selalu muncul fenomena-fenomena baru yang dimunculkan oleh hadirnya teknologi baru.

Daftar Pustaka

- Adorno. Theodor W., and Max Horkheimer. 2002. *Dialectic of Enlightenment*. Terjemahan: Ahmad Sahidah, *Dilektika Pencerahan*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Berger, Peter L., dan Thomas Luckmann. 1990. *Tafsir Sosial atas Kenyataan: Risalah tentang Sosiologi Pengetahuan*. Terjemahan: Hasan Basari. Jakarta: LP3ES.
- Danesi, Marcel, dan Peron. 2004. *Pesan, Tanda, dan Makna: Buku Teks Dasar Mengenai Semiotika dan Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Jalasutra.
- _____. 2012. *Pesan, Tanda, dan Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Hamadi, Abu. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Liliweri, Alo. 2005. *Prasangka dan Konflik: Komunikasi Lintas Budaya Masyarakat Multikultur*. Yogyakarta: LKiS.
- Nonsi, Rismawati. 18 Juni 2015. *Fakta di Balik Foto Selfie*. http://www.kompasiana.com/www.rismawatinonsi.com/fakta-di-balik-foto-selfie_54f98b11a33311d0588b49bb. Diakses 1 Februari 2016.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Rumini, Sri, dan Siti Sundari. 2004. *Perkembangan Anak dan Remaja*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Semiawan, Conny R. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Setiansah, Mite, Wening Udasmoro, dan Ratna Noviani. 2015. *Politik Identitas Perempuan Pengguna Smartphone: Negosiasi, Apropriasi dan Resistensi Perempuan dalam Dunia Serba Ambivalen*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 13 No. 2, hal. 183-192.

- Simatupang, Fritta Faulina. 2015. *Fenomena Selfie (Self Portrait) di Instagram (Studi Fenomenologi pada Remaja di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru)*. Jom FISIP, Vol. 2, 1-15.
- Storey, John. 2003. *Teori Budaya dan Budaya Pop, Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Yogyakarta: Qalam.
- Suparno, Basuki Agus, dan Arif Wibawa. 2014. *Hegemoni Kapitalisme dalam Transisi Demokrasi di Indonesia Analisis Wacana Kritis*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 12 No. 3, hal 215-230.
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutrisno, Mudji, dan Hendar Putranto. 2005. *Teori-Teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.