

## ANTARA “AKU” DAN FACEBOOK: KONTRUKSI PESAN DALAM FOTO PROFIL DI MEDIA SOSIAL

### *Between "Me" and Facebook: Messages Construction in Social Media Profile Photos*

Eva Yanti dan Cameron Malik

Institut Seni Indonesia Padang Panjang  
Pos-el: evotles@gmail.com; cameronmalik87@gmail.com

Naskah diterima: 15 Maret 2020; direvisi: 3 Juni 2020; disetujui: 15 Juni 2020

#### Abstrak

Penelitian ini menelusuri perwujudan pesan berupa citra “aku” yang dikonstruksi di dalam foto profil media sosial. Foto profil sendiri merupakan representasi dari diri pengguna media sosial yang diwujudkan dalam bahasa visual, yaitu bahasa fotografi. Namun jika dilihat lebih jauh lagi, foto profil tidak hanya sebuah gambar “mati” yang hampa akan makna, tetapi sebaliknya, foto profil merupakan wadah/media pengantar pesan dan tempat citra seseorang atau “aku” diproduksi, foto profil merupakan sebuah medan tempat seseorang mengkomunikasikan ke “aku”-annya kepada orang lain. Metode penelitian yang dipakai yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan semiotika interpretatif, perwujudan dari data-data yang diperoleh dari metoda penelitian kualitatif berbentuk wawancara, pengamatan, terlibat langsung atau *participan*, kepustakaan dan data berbentuk visual yang disediakan beberapa *platform* seperti *facebook* dan *Instagram*. Prinsip dasar dari foto profil adalah kebebasan dalam medium foto itu sendiri, konsekuensi dari kebebasan itu membuka peluang akan hadirnya kemungkinan-kemungkinan dalam mengkonstruksi pesan ataupun merepresentasikan citra “aku”. Dalam perwujudannya foto profil dapat dibedakan menjadi dua bentuk yaitu foto profil yang menggambarkan “aku” secara ikonis dan menggambarkan “aku” secara metaforis.

**Kata kunci:** bahasa visual; pesan; foto profil; media sosial

#### Abstract

*This research traces the embodiment of the message in the form of an "I" image which is constructed in a profile photo. Profile photo is users' representation in social media which is manifested in a visual language or photography. But if you look further, a profile photo is not only a picture of "dead" that is empty of meaning, but on the contrary, a profile photo is a medium / medium for introducing messages and where someone's image or "ego" is produced, a profile photo is a field where someone communicates his "ego". The research method used in the study is qualitative research with an interpretive semiotic approach, the embodiment of data obtained from qualitative research methods in the form of interviews, observations, direct involvement or participants, literature and visual data provided by several platforms such as Facebook and Instagram. The basic principle of a profile photo is freedom in the medium of the photo itself, the consequences of that freedom open up the possibility of the presence of possibilities in constructing messages or representing the image of "me". In its manifestation, a profile photo can be divided into two forms, namely a profile photo that portrays "ego" iconically and describes "ego" metaphorically.*

**Keyword:** visual languages; messages; profile photos; social media

#### PENDAHULUAN

Sampai saat ini, penelitian yang berkaitan dengan media sosial lebih banyak didominasi kajian psikologi dan

politik. Sebagaimana yang dirilis website Verge dengan mereview jurnal-jurnal yang berkaitan dengan media sosial sebagai materi beritanya, seperti:

*Eva Yanti, Cameron Malik: Antara “Aku” Dan Facebook: Kontruksi Pesan .....*

hubungan intensitas posting foto di Instagram dengan kesehatan jiwa, bagaimana *like* di media sosial memengaruhi stress dan depresi remaja, pengaruh media sosial pada opini politik, hubungan foto makanan dengan tingkat obesitas di Amerika, hingga tes kepribadian Foto profil whatsapp (WA), Facebook (FB) & Instagram (IG).

Foto profile merupakan media komunikasi visual yang menggunakan gambar atau foto untuk berkomunikasi. Hal ini memungkinkan karena setiap aplikasi media sosial selalu menyediakan fasilitas untuk mengunggah foto disetiap akun pengguna media sosial. Seperti halnya facebook, pemilik akun facebook dapat mengunggah foto maupun teks visual untuk menambah daya tarik tampilan dinding akun masing-masing pengguna, hal ini juga membuka peluang pengguna lainnya untuk merespon hasil unggahan dalam bentuk komentar ataupun menempel *emoticon* seperti (like or dislike).

Mengunggah foto dimedia sosial sudah menjadi kebutuhan emosional dan pribadi setiap individu pengguna facebook dewasa ini. Dengan adanya teknologi yang mendukung dan mudah didapat menjadikan aktivitas

mengunggah foto jadi lebih mudah dan cepat. Hal ini yang mendorong banyaknya masyarakat yang melakukan aktivitas mengunggah foto ke media sosial. Fenomena ini menjadi menarik karena adanya perubahan gaya hidup di masyarakat, jika pada masyarakat awal modern menjadikan liburan, berkuliner dan berbelanja bisa jadi menjadi sebuah kegiatan yang sangat menyenangkan untuk dinikmati diri sendiri maupun dengan keluarga maka, saat ini semua kegiatan diatas tidak akan bernilai memuaskan jika mereka tidak mendokumentasikan dan mengunggahnya ke akun media sosial yang dimiliki. Sehingga, keberadaan foto dalam media sosial menjadi sangat penting, baik sebagai media komunikasi maupun sebagai identitas diri pengguna facebook. Sebagai salah satu bentuk identitas, direpresentasikan dengan hadirnya foto profile.

Foto profil pada dasarnya memiliki fungsi sebagai tanda pengenal bagi pemilik akun. Foto profil yang menjadi fokus pada penelitian ini yaitu facebook. Alasannya adalah, intensitas seseorang dalam mengganti foto profil di media sosial. Intensitas ini menggambarkan bagaimana seseorang masih menggunakan foto profil sebagai

media dalam mengkomunikasikan dirinya. Jika dibandingkan dengan media sosial lain, seperti instagram misalnya, pemilik akun jarang mengganti foto profil karena proses konstruksi pesan visual dibangun melalui postingan foto. Hal yang sama juga terjadi di twitter, dimana konstruksi pesan lebih banyak dilakukan melalui bahasa verbal ketimbang foto profil. Media sosial yang hampir mendekati facebook dalam tingkat intensitas adalah whatsapp namun tidak memiliki notifikasi ketika pengguna mengganti foto profil.

Sebagian besar pengguna facebook tahu peran foto profil dalam membentuk citra dirinya, oleh karenanya para pemilik akun akan mengkomunikasikan dirinya melalui foto tersebut. Sebagaimana yang dijelaskan sebelumnya, bahwa foto profil ini sama halnya dengan peran wajah pada tubuh, sebagai tempat bagi seseorang dalam menilai orang lain melalui pertemuan antar wajah. Hal ini sejalan dengan apa yang dijelaskan Levinas mengenai enigma wajah manusia, bahwa pertemuan konkrit antar wajah adalah basis dari lahirnya etika (Tjaya, 2012). Namun, perbedaannya dalam media sosial, nilai atau persepsi mengenai seseorang

dimediasi oleh pertemuan dengan foto profil bukan dengan pertemuan konkrit. Maka, foto profil menjadi pengetahuan awal identitas pemilik akun tersebut. Menurut Franzia (Elda Franzia, 2015), Identitas yang terbentuk di dalam media sosial (dunia virtual) tidak hanya identitas yang diwariskan secara biologis, historis dan geografis namun identitas ini merupakan identitas yang terbentuk dari teks, Bahasa, representasi visual dan narasi individu. Identitas ini juga bersifat cair yang mana masing – masing individu dapat membentuk identitas diri di media sosial berdasarkan teks deskriptif sebagaimana yang diinginkan oleh individu yang bersangkutan.

Pembentukan Identitas diri individu di media sosial tidak terlepas dari proses kultural yang melibatkan simbol-simbol visual yang digunakan individu untuk mendeskripsikan dirinya. Simbol ini yang melekat di dalam foto profil.

Foto profil menjadi medan subjektivitas dan tempat permainan simbol bagi pemilik akun. Sehingga apa yang hendak dipasang di foto profil sangat bergantung kepada pesan yang ingin disampaikan oleh pemilik akun. Dalam upaya membangun pesan

seseorang menggunakan bahasa simbolik mengenai identitas dirinya, apakah ingin dipandang sebagai orang yang religius, memiliki ideologi tertentu, pemikir, penjelajah, dan seterusnya. Maka bahasa yang akan dipakai dalam foto profil adalah bahasa komunikasi visual dengan menggunakan simbol-simbol yang dapat mencapai pesan yang ingin disampaikan.

Untuk itu, Penelitian ini memokuskan kontruksi pesan dan pengaruh proses kontruksi pesan dalam foto profil, khususnya facebook.

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika interpretatif bertujuan mengungkap faktor-faktor dalam proses kontruksi pesan pada facebook. Dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai sumber data utama diperoleh dari foto profil seseorang. Sample foto profil dipilih secara acak dan dibedakan berdasarkan wilayah dan latar belakang. Setiap foto dianalisis berdasarkan teori komunikasi visual dan fotografi meliputi, penggunaan simbol-simbol, angle, dan frame dalam foto profil.

Guna menghindari bias dalam penelitian ini maka digunakan

triangulasi dengan data penunjang, yaitu berupa status, comment dan informasi-informasi yang kerap di share oleh pengguna. Hal ini penting dalam melihat sejauh mana foto profil menggambarkan pesan yang dibangun oleh pengguna, akan terlihat salah satunya berdasarkan informasi yang sering di share baik itu berupa data visual maupun verbal dalam bentuk cupuan di status akun pengguna. Karena, informasi-informasi berupa status dan share umumnya opini berdasarkan minat dari masing-masing pengguna media sosial. Isinya dapat berupa keluhan, harapan, pendapat, dan lain sebagainya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Foto profile merupakan foto yang digunakan untuk memperlihatkan citra “aku” atau identitas seseorang di dalam Facebook dan Instagram. Merujuk pada istilahnya, foto adalah gambaran atau bayangan yang merupakan bagian dari seni dengan menggunakan medium visual, sementara profile yaitu sebuah riwayat atau pandangan diri seseorang. Dari pemahaman di atas, maka istilah foto profile merupakan representasi dari diri pengguna Facebook yang diwujudkan

dalam bahasa visual, yaitu bahasa fotografi.

Bahasa fotografi merupakan Bahasa realitas yang berhasil dibekukan lewat kamera, disini kamera menjadi titik fokus yang mampu memilah atau memfreming hal-hal yang dibutuhkan oleh si pengendali kamera (fotografer) dan membuang hal-hal yang tidak dibutuhkan sehingga terciptanya citra visual yang diinginkan. Seperti yang dijelaskan oleh sutrisna (Mira Sutrisna, 2015) bahwa “ Keuntungan fotografi adalah seniman dapat memblokir hal-hal yang tidak dibutuhkan secara “instan” sehingga menghasilkan citra visual sesuai keinginan. Fotografi merupakan konstruksi realitas kehidupan ini dan fenomena “membekukan” waktu dari sebagian perjalanan evolusi kebudayaan”. Namun jika dilihat lebih jauh lagi, foto profile tidak hanya sebuah gambar “mati” yang hampa akan makna, tetapi sebaliknya, foto profile merupakan wadah, media dan tempat citra “aku” diproduksi, foto profile merupakan sebuah medan tempat seseorang mengkomunikasikan ke “aku”annya kepada orang lain.

Seseorang mengkomunikasikan ke “aku”annya melalui simbol-simbol visual, bentuk komunikasi ini biasa

disebut komunikasi visual, dimana penyampaian pesan digunakan lewat gambar atau teks visual. Bentuk komunikasi visual yang sering digunakan yaitu berbentuk foto, baik itu foto diri (selfi), foto keluarga, maupun foto yang mampu merepresentasikan ke “aku”an individu itu sendiri di media sosial.

Untuk dapat melihat proses kontruksi pesan dalam foto profil atau “aku” sebagai subjek yang membuat makna dapat dilihat dari elemen-elemen yang membentuk foto profil tersebut. Barthes menjelaskan tiga elemen yang membentuk sebuah pesan di dalam fotografi yaitu, sumber pemancar pesan, saluran transmisi, dan pihak penerima (Barthes, 2010). Pemahaman Barthes tersebut dapat diurai sebagai berikut, sumber pemancar pesan merupakan orang, oknum maupun pelaku yang sedang memproduksi dirinya atau “aku”. Sementara saluran transmisi merupakan media, wadah dimana citra “aku” diproduksi yaitu foto profil, dan yang terakhir ialah pihak penerima merupakan orang lain atau hasil setelah “aku” diproduksi. Ketiga elemen tersebut harus hadir secara bersamaan, supaya citra “aku” dapat

dikomunikasikan kepada pihak lain atau orang lain.

Foto yang dibangun berhubungan dengan lingkungan alam dan sosial yang dimiliki oleh individu di dalam Facebook. Citra “aku” yang telah terbentuk dari lingkungan sosial maupun lingkungan alam merupakan identitas yang dimiliki oleh individu, citra tersebut di dalam Facebook dikonstruksi di dalam foto profile. Proses konstruksi citra ditentukan oleh sifat dari material foto profile itu sendiri. Foto profile memiliki karakteristik yang jauh lebih bebas, konsekuensi dari kebebasan tersebut menyebabkan citra dapat diwujudkan dalam berbagai bentuk. Bentuk citra yang dibentuk dari foto profile dapat dibagi menjadi dua kategori, yang pertama citra “aku” yang berbentuk ikonis dan citra “aku” yang bersifat simbolik atau metaforis.

Citra “aku” yang bersifat ikonis merupakan foto yang berwujud pada foto “aku”, artinya foto yang diwujudkan pada foto profile merepresentasikan foto dari pengguna Facebook itu sendiri. Faktor-faktor yang menjadi pertimbangan untuk membentuk sebuah citra “aku” dilakukan dengan pertimbangan-pertimbangan teknis fotografi, seperti

efek pencahayaan, angel foto, editan, sikap tubuh, mimik wajah, background, objek dan peristiwa yang ada pada foto tersebut. Pertimbangan-pertimbangan yang ada di dalam sebuah foto tersebut bertujuan untuk membentuk citra “aku” yang ingin direpresentasikan di dalam foto tersebut. Misalnya, ketika “aku” ingin membangun sebuah citra sebagai seorang yang suka travelling, maka citra yang dibangun di dalam foto profile dapat dilihat dari pertimbangan-pertimbangan atau pemilihan-pemilihan yang dihadirkan di dalam foto tersebut, dimulai dari pemilihan angel, ekspresi, *background* dan objek yang dihadirkan. Misalnya ketika “aku” berjalan keluar negeri atau ke kota lain maka yang akan “aku” tampilkan adalah foto “aku” bersama dengan ikon-ikon yang sudah menjadi kesepakatan bagi masyarakat mengenai kota atau Negara yang “aku” singgahi, maka foto “aku” diambil dengan angel menampilkan semua bagian tubuh, ditambah background mengenai landscape kota tersebut beserta dengan ikon kotanya. Harapannya supaya “aku” sebagai yang suka travelling dapat menyampaikan citra “aku” yang ingin dikomunikasikan kepada orang lain.

Sementara citra “aku” yang direpresentasikan dalam bentuk metafora meminjam citra dari liyan. Bentuk dan representasi dari citra “aku” dalam bentuk metaforis dapat berwujud pada gambar tokoh sepak bola, tokoh saint, artis, pemain basket, gambar kartun, dan sebagainya. Artinya representasi yang dimunculkan menggunakan citra yang telah dimiliki oleh liyan untuk menyampaikan citra “aku”, citra liyan dianggap dapat mewakili maupun merepresentasikan citra “aku”. Pertimbangan dan pemilihan terhadap objek foto yang ingin dipilih mengacu kepada minat atau pengalaman tubuh sebagai wadah yang ada di dalam kesadaran dan citra mental seseorang.

Hal yang perlu disadari adalah “aku” merupakan sebuah substansi sebagai sumber yang membentuk pesan di dalam foto profile, tanpa “aku” yang memproduksi pesan maka pesan tidak akan pernah ada. Untuk itu bagaimana proses terbentuknya “aku” perlu untuk dijelaskan. Pemahaman mendasar mengenai “aku” merujuk pada sebuah kepemilikan atau rasa memiliki dan otoritas seseorang atas dirinya sendiri yang pada akhirnya menunjukkan identitas diri seseorang. “aku”

merupakan sebuah entitas yang harus dibedakan dengan “aku” yang lain, artinya keberadaan “aku” harus diiringi dengan keberadaan “kamu”, begitu juga dalam kedudukan “mereka” dan “kita”. Pembentukan “aku” tersebut merujuk kepada posisi dan kedudukan “aku” di dalam kehidupan, apa “aku” yang laki-laki, “aku” yang perempuan, “aku” yang mahasiswa maupun “aku”-“aku” yang lain.

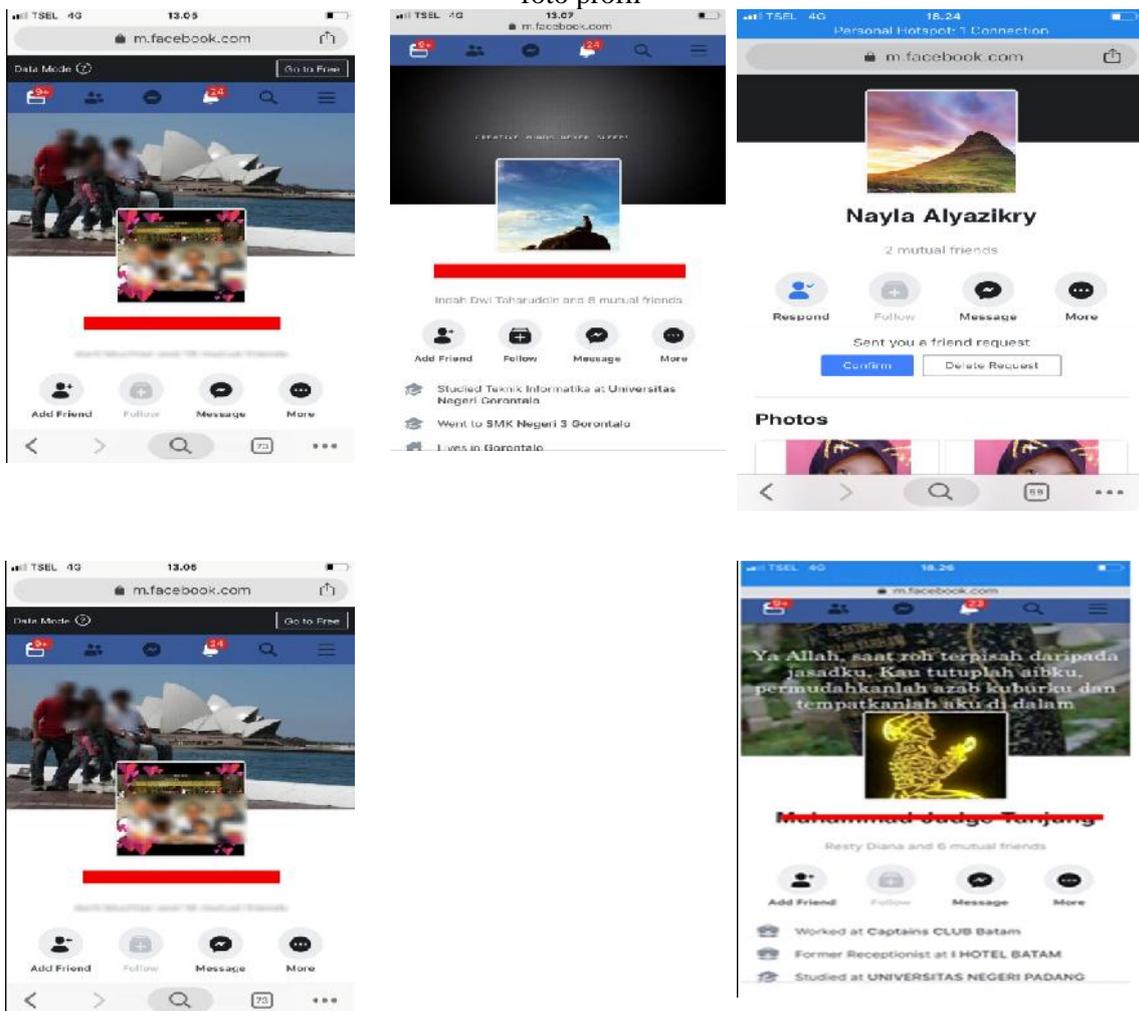
Hal tersebut terjadi karena sistem kerja hasrat selalu mengajak seseorang untuk mengambil sebuah disposisi supaya terpuaskannya satu jenis hasrat tertentu (Bracher, 2009: 30). Hasrat merupakan sesuatu yang otentik dan asali yang ada diseluruh makhluk hidup, hasrat tidak dapat dihilangkan maupun dimusnahkan, tetapi hasrat selalu dituntut untuk dipuaskan. Hasrat tersebut yang membuat sebuah kebudayaan memiliki motivasi untuk berubah, maju dan progresif, hasrat dapat sangat membangun (*konstruktif*), namun juga bisa sebaliknya bersifat merusak (*destruktif*).

Dalam pembacaan pada foto profil, hal yang paling diperlihatkan adalah bentuk-bentuk gambar yang seringkali atau paling banyak digunakan sebagai bangunan ideologi dari pemilik

akun. Pada umumnya foto profil menggunakan beberapa bentuk simbol: pertama adalah ikon, yaitu menampilkan wujud dari pemilik. Kedua berbentuk font, atau berbentuk huruf-huruf. Ketiga adalah metafora, yaitu wujud foto tidak dari pemilik itu

sendiri, dapat berupa foto keindahan alam, tokoh agama, tokoh pengetahuan, atau tokoh yang merepresentasikan diri dari pemilik akun. Hal ini sebagaimana yang dilihat dari gambar berikut ini dari contoh foto profil tersebut.

Gambar 1  
foto profil



Dari contoh foto profile di atas jika dilihat dari pembacaan fotografi yang dijelaskan oleh Barthes maka terlihat bahwa, foto pertama ingin

menyampaikan pesan sebagai keluarga yang harmonis. Pesan ini terlihat jelas dari objek visual yang terdiri dari ayah, ibu dan kedua anak yang sedang duduk

*Eva Yanti, Cameron Malik: Antara “Aku” Dan Facebook: Kontruksi Pesan .....*

berdekatan dan saling berinteraksi disatu frame. Jika foto keluarga biasanya diidentik dengan foto studio bergaya formal, disini foto keluarga menunjukkan hal yang berbeda dimana pengendali kamera menjadikan salah satu bangunan ikonik di autralia atau gedung opera Sydney sebagai latar dari objek fokus keluarga tersebut. Dalam pemahaman masyarakat dikenal apa yang disebut sebagai “relationship goal” atau “family goal”, ungkapan-ungkapan tersebut ingin mengetengahkan bahwa kehidupan keluarga yang dianggap ideal bagi masyarakat. Terutama dengan tema jalan-jalan keluar negeri dengan keluarga, sebagaimana yang sering ditunjukkan oleh selegram sekarang ini. Adapun demikian, dilihat dari postingan dari pemilik akun juga sering membagikan pengalaman jalan-jalan baik di luar negeri maupun di dalam negeri.

Sementara pada gambar lainnya, seperti pada gambar pemandangan alam di atas, memperlihatkan identitas pemilik akun sebagai cinta lingkungan atau “anak gunung”. Hal ini juga diperlihatkan dari postingan baik berupa status yang kerap mengkritik sampah maupun polusi yang terjadi di Indonesia. Gambar berikutnya

memperlihatkan kaligrafi yang membentuk orang sedang melakukan shalat. Adapun demikian, postingannya pun juga banyak mengindikasikan ceramah-ceramah agama, atau tulisan yang menjelaskan mengenai perilaku sesuatu.

Upaya membangun identitas diri dan mengkomunikasikannya kepada orang lain. Oleh karena itu, jika di lihat dari sisi psikoanalisis Lacan, bahwasannya seseorang memproduksi citra dirinya sebagai upaya dalam mengatasi rasa kurang (*lack*) dalam dirinya.

Namun lebih jauh lagi, Lacan menjelaskan bahwa “aku” atau subjektivitas terbentuk melalui hasrat akan yang lain (*the others*), terbentuknya “aku” karena adanya hasrat untuk menghasrati yang lain. Lacan menambahkan terbentuknya subjektifitas maupun “aku” dipengaruhi oleh: identifikasi di dalam diskursus, interpelasi melalui penanda utama dan interpelasi melalui citra (Bracher, 2009: 44).

Identifikasi di dalam diskursus merupakan sebuah sistem nilai dan norma yang berkembang di dalam wacana sosial mengenai yang ideal, pada tatanan ini seseorang mengambil

sebuah disposisi pada dirinya untuk membuat keputusan kepada orientasi nilai yang dituju. Sistem nilai maupun norma terbentuk dari oposisi biner, kaya-miskin, baik-buruk, jelek-cantik/ganteng, sopan-tidak sopan dan sebagainya. Sistem nilai tersebut merupakan hasil dari proses pembelajaran seseorang atas lingkungan sosialnya, terbentuknya nilai tersebut dapat diperoleh dari tontonan di media televisi, cerita rakyat, film, musik, kesenian, sikap-sikap yang diperoleh dari keluarga maupun lingkungan sosial, dan sebagainya. Artinya dalam proses identifikasi tersebut, seseorang melakukan evaluasi pada dirinya dan mengambil sebuah disposisi kepada arah hasrat yang ingin dituju.

Faktor kedua yang mempengaruhi proses terbentuknya “aku” adalah Interpelasi melalui penanda utama. Penanda utama merupakan sebuah nama yang berfungsi sebagai pembeda. Nama tersebut di dalam interpelasi merupakan panggilan yang dibentuk dari sebuah perbedaan, misalnya wanita dengan pria. Dalam interpelasi, perbedaan antara pria dan wanita tidak didasari oleh substansi, tetapi lebih kepada perbedaan yang dimunculkan dari kedua penanda

tersebut. Perwujudan nama dapat berbentuk pada, nama seseorang, nama kelompok, Negara, wilayah, gaya hidup, style, nama kampus, dan sebagainya. Artinya penanda utama tersebut menjelaskan sebuah kedudukan, posisi, wilayah, identitas, “aku” dan diri seseorang di dalam kehidupan sosialnya. Sementara interpelasi merupakan sebuah “panggilan” atau sebuah “keterpanggilan” yang menjadi identitas, karakter dan “aku” dalam diri individu.

Faktor yang terakhir dalam mempengaruhi terbentuknya “aku” adalah, interpelasi melalui citra. Interpelasi melalui citra atau yang imajiner tersebut yang membentuk identitas dan “aku” atau subjektif seseorang. Interpelasi melalui citra tersebut merupakan sebuah bayangan dan imajinasi seseorang atas dirinya sendiri yang direpresentasikan ke dalam sikap, gaya hidup dan sebagainya. Di dalam Facebook citra diri atau “aku” direpresentasikan di dalam foto profil, yang mana seseorang mewujudkan ke”aku”annya lewat medium foto profil.

Proses perwujudan citra “aku” di dalam foto profil dipengaruhi oleh sifat dan prinsip dasar dari foto profil

itu sendiri. Foto profil dalam istilah Barthes disebutkan sebagai saluran transmisi, atau sebuah tempat citra “aku” diproduksi. Prinsip dasar dari foto profil adalah kebebasan dalam medium foto itu sendiri, konsekuensi dari kebebasan itu membuka peluang akan hadirnya kemungkinan-kemungkinan dalam merepresentasikan citra “aku”. Dalam bentuk perwujudannya foto profil dapat dibedakan menjadi dua bentuk yaitu foto profil yang menggambarkan “aku” secara ikonis dan menggambarkan “aku” secara metaforis.

Perwujudan foto “aku” secara ikonis merupakan foto profil yang merepresentasikan foto “aku”, dalam hal ini pembentukan citra “aku” dibentuk melalui foto “aku” yang didasarkan pada penggunaan teknis fotografis. Untuk melihat pesan dari citra “aku” tersebut dapat diamati dari pemilihan dan pertimbangan-pertimbangan yang dibangun di dalam foto tersebut, yaitu pemilihan *angel*, sikap tubuh, *background*, situasi peristiwa, kegiatan dan pemilihan objek. Semua teknis tersebut merupakan pertimbangan-pertimbangan maupun pemilihan-pemilihan yang dilakukan pengguna Facebook dan Instagram

dalam membangun sebuah citra “aku” di dalam foto profil, contohnya ketika seorang yang suka *travelling* atau *adventure* akan banyak menggunakan *angle* foto yang menampilkan bagian tubuh tertentu dan didominasi dengan *background* pemandangan atau tempat wisata yang dituju.

Pertimbangan tersebut dilakukan supaya dapat menangkap objek foto yang dijadikan sebagai *background* bersama dengan foto diri atau “aku”, misalnya ketika seseorang berada di luar negeri maka ikon-ikon Negara yang dituju akan ditampilkan bersama dengan foto diri seseorang tersebut, hal itu dilakukan untuk dapat membangun citra “aku” yang suka *travelling*.

Misalnya ketika “aku” berjalan keluar negeri atau ke kota lain maka yang akan “aku” tampilkan adalah foto “aku” bersama dengan ikon-ikon yang sudah menjadi kesepakatan bagi masyarakat mengenai kota atau Negara yang “aku” singgahi, maka foto “aku” diambil dengan *angel* menampilkan bagian tubuh, ditambah *background* mengenai *landscape* kota beserta dengan ikon kotanya. Harapannya supaya “aku” sebagai yang suka *travelling* dapat menyampaikan citra “aku”

yang ingin dikomunikasikan kepada orang lain.

Perwujudan yang kedua ialah foto yang bukan “aku” yang direpresentasikan secara metaforis di dalam foto profil. Perwujudannya dapat berbentuk foto-foto tokoh ideal atau bisa jadi tokoh pujaan seperti artis, tokoh ilmu pengetahuan, tokoh sepak bola, tokoh agama dan sebagainya, atau bisa jadi foto pemandangan, karya fotografi dan sebagainya. Artinya pemilihan dan pertimbangan dalam memilih foto tersebut melalui minat dan foto yang dianggap paling mampu merepresentasikan diri maupun mewakili “aku” di dalam foto profil. Pesan-pesan yang dibangun melalui foto artis misalnya, merupakan citra artis yang dipinjam untuk mengungkapkan dan menyampaikan pesan bahwa “aku” dapat diwakili oleh citra yang ada pada foto artis tersebut. Apakah “aku” direpresentasikan dari sisi sensual, gaya hidup, gaya berpakaian bahkan “ideologi” yang mengitari citra artis tersebut, artinya dalam pemahaman ini seseorang meminjam citra dari liyan (*the others*) untuk mewakili “aku” di dalam foto profil. Representasi yang dimunculkan menggunakan citra yang telah dimiliki

oleh liyan untuk menyampaikan citra “aku”, citra liyan dianggap dapat mewakili maupun merepresentasikan citra “aku”. Pertimbangan dan pemilihan terhadap objek foto yang ingin dipilih mengacu kepada minat atau pengalaman tubuh sebagai wadah yang ada di dalam kesadaran dan citra mental seseorang.

Dampak dan implikasi dari pembentukan citra “aku” di dalam foto profil menyebabkan citra mengarah pada dua ranah. Yaitu citra yang berimplikasi pada diri sendiri dan citra yang berimplikasi dalam sistem sosial. Citra yang berimplikasi pada diri merujuk pada penemuan jati diri dan pembentukan identitas (ke”aku”an) seseorang, pada sisi lain citra tersebut juga membentuk kepercayaan diri. Sementara citra “aku” yang berimplikasi pada dimensi sosial yaitu mempertahankan eksistensi seseorang di dalam kehidupan sosialnya dan mengarahkan perilaku dan sikap individu pada nilai-nilai dan norma-norma yang hidup di masyarakat, karena citra selalu menuntut “pertanggung jawaban” seseorang untuk diaplikasikan dalam kehidupan sosial.

Citra “aku” dapat meningkatkan kepercayaan diri seseorang di dalam

realitas sosial dan seorang pengguna dapat menemukan identitasnya dirinya. Membangun citra diri adalah salah satu hal yang dibutuhkan dalam realitas sosial, citra diri yang baik juga dapat membangun suatu interaksi yang baik dalam berhubungan dengan masyarakat. Citra diri membentuk konsep internal atau ide mengenai diri sendiri, bagaimana individu bertindak, berfikir dan merasa mengenai diri sendiri berdasarkan penampilan, tindakan dan hubungan yang mempengaruhi kehidupan sebagaimana tingkat kebahagiaan dan kepuasan hidup individu di dalam masyarakat.

Sebagai Individu, manusia memiliki kebutuhan dasar praktis yang harus dipenuhi demi kehidupan, seperti halnya sandang-pangan,papan dan tempat tinggal, selain itu manusia juga memiliki kebutuhan emosional dan pribadi, termasuk keinginan untuk eksis, pengakuan, kepuasan, pemenuhan diri dan rasa aman. Kebutuhan dan keinginan untuk eksis dan diakui memiliki tingkat tertentu dan tersendiri dalam kehidupan. Seberapa penting diri dan bagaimana posisi diri di dalam masyarakat menjadi landasan individu dalam membangun citra diri di masyarakat. Citra diri individu

merupakan kesan yang dimilikinya mengenai diri yang dibentuk oleh persepsi kolektif masyarakat mengenai aset dan kewajiban seseorang di dalam masyarakat.

Citra diri itu sendiri dapat digolongkan menjadi dua bagian, yaitu citra diri positif dan citra diri negatif. Individu yang membangun citra diri positif atau sehat biasanya memiliki sikap percaya diri yang tinggi dan dapat menghargai diri sendiri, hal ini berbanding terbalik dengan individu yang memiliki citra diri negatif, dimana individu cenderung rendah diri, membenci diri sendiri, pemalu dan sulit menyesuaikan diri dalam pergaulan dan sosial.

Citra diri yang sehat didasari oleh penilaian pribadi individu dan perspektif, dimana individu tidak lagi dipengaruhi oleh pendapat kolektif masyarakat mengenai diri individu atau oleh ekspektasi sosial. Contohnya, bagi individu dengan citra yang sehat cenderung memposting hal-hal atau gambaran kegiatan yang sesuai dengan kebiasaan, minat dan hobi yang ditekuni tanpa harus “memanipulasi” realitas di lapangan dan menjadi diri sendiri. Singkatnya individu yang seperti di atas dapat mengkontruksi sendiri mengenai

gambaran internal diri atau konsep mengenai diri dan jauh lebih mampu menjadi diri sendiri tanpa dipengaruhi oleh opini atau komentar orang lain. Sebagai hasilnya individu sering kali lebih optimis dalam hidup dan lebih percaya diri karena mendapat kontrol penuh terhadap diri dan hidup individu tersebut. Individu dengan citra diri yang sehat lebih realistis dan sangat memahami dan menerima fakta bahwa diri sebagai makhluk individu dan sosial juga memiliki masalah pribadi, namun tidak ada penilaian kritis mengenainya. Individu yang telah memiliki citra diri yang sehat biasanya menerima dan memahami siapa dirinya dan bagaimana diri dapat melakukan sesuatu tindakan maupun keputusan dengan lebih bertanggungjawab dengan yang dimilikinya. Sebagaimana yang dijelaskan zikri bahwasanya alasan dia menukar foto profile “ Biar orang dapat mengetahui siapa Saya” dia menambahkan bahwa pemilihan foto yang akan diunggah ke dalam facebook berdasarkan kesukaan dan minat “seperti berfoto di puncak gunung, tempat wisata dan kadang berfoto di dekat kampus” (wawancara Zikri, 23 agustus 2018).

Sementara pada pihak lain, citra yang sudah dikonstruksi menuntut “pertanggung jawaban” pengguna dalam realitas sosial, maka citra tersebut diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari, citra tersebut dapat diwujudkan dalam cara berpakaian, gaya rambut, maupun cara bergaul di dalam dinamika sosial. Citra yang telah diaplikasikan menjadi identitas yang menjadi pembeda bagi individu di dalam masyarakat. Identitas sendiri merupakan keseluruhan ide mengenai individu, seperti yang dikemukakan Roy F. Baumeister dalam *identity, self-concept, and self-esteem (the self lost and found)* bahwa, “the term identity refers to the definitions that are created for and superimposed on the self. These definitions refer to concepts about who the person is and what the person like” (Baumeister, 1997).

Citra diri juga ditentukan oleh apa yang yang dipikirkan individu mengenai pikiran orang lain terhadapnya. Jadi penekanannya adalah seberapa kuat dan pentingnya respon orang lain yang diinterpretasikan secara subjektif menjadi sumber pengetahuan atau informasi mengenai diri sendiri di dalam kehidupan sosial maupun di dunia maya atau Facebook. Hal ini

sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, proses konstruksi diri sangat dipengaruhi oleh respon sosial mengenai diri, dapat diartikan bahwa diri yang dikonstruksi menuntut persetujuan atau penerimaan sosial. Hal yang membedakan antara kenyataan dan dunia maya, adalah jika di dalam dunia maya, bentuk penerimaan sosial terhadap diri diwujudkan dalam bentuk like, share atau comment bersifat positif sebagai bentuk persetujuan dan comment negatif dalam bentuk penolakan. Sementara perwujudan penerimaan atau penolakan dalam kenyataan atau realitas sosial dapat berbentuk komentar, pandangan atau sindiran maupun gossip baik yang bersifat positif maupun negatif.

Komentar yang bersifat positif misalnya, dapat berupa pujian maupun dukungan, sebaliknya komentar yang bersifat negatif dapat berupa sindirin, cemooh, bahkan bullying dalam bentuk verbal. Dengan demikian, Melalui komentar atau pandangan sosial yang diterima baik melalui dunia maya maupun realitas sosial tersebut menjadi alat bagi individu untuk mengukur dan menafsir citra yang cocok serta dapat diaplikasikan dan dipertahankan terhadap dirinya.

Citra yang dianggap cocok dapat menjadi nilai yang dapat dipertahankan dalam diri individu, dan dijadikan sebagai acuan dalam merepresentasikan diri di realitas sosial maupun dunia maya. Nilai-nilai ini dapat mengukuhkan dan menguatkan kedudukan dan posisi individu atau seseorang di dalam struktur sosialnya dan memperkuat sistem nilai yang hidup dan berkembang di dalam kehidupan sosial maupun di dalam dunia Facebook atau Instagram tersebut.

#### **SIMPULAN**

Hasil analisis penelitian ini disimpulkan bahwa proses dalam membangun pesan sangat dipengaruhi oleh beberapa kriteria. Pertama, faktor dari dalam diri individu itu sendiri. Faktor ini sangat bergantung pada “aku” yang hendak dibangun oleh seseorang, apakah aku yang seorang *traveller*, pecinta makanan, pecinta buku, pecinta film, puisi, seni, sastra, pengagum lukisan, pemegang ideologi tertentu dan sebagainya. Untuk mewujudkan hal tersebut maka “aku” harus melibatkan objek lain pada tingkat denotatif untuk mewujudkan hal tersebut, misalnya jika “aku” seorang *traveller*, maka di dalam foto tersebut mesti melibatkan simbol-simbol yang dapat direpresentasikan

dimulai dari pakaian, ikon kota, pegunungan dan seterusnya. Seluruh objek-objek denotatif ini bertujuan sebagai pencapaian makna konotatif dalam konteks sosial yaitu “aku” yang seorang *traveller*. Dimana “aku” yang seorang *traveller* menjadi kepemilikan dan identitas diri seseorang.

Kriteria kedua adalah, faktor dari luar diri individu. Faktor ini sangat bergantung dengan bagaimana individu eksis dan ada dalam ranah sosial media. Dengan mengadopsi nilai-nilai dan simbol-simbol yang telah disepakati dan diketahui bersama maka individu hanya butuh mengambil simbol tersebut guna dapat dilekatkan pada dirinya. Seperti contoh, jika seseorang ingin mencitrakan dirinya sebagai individu cerdas dan pintar, maka dibutuhkan foto dengan mengambil simbol “kecerdasan”, semisal foto kumpulan buku, tokoh ilmu pengetahuan dan membaca buku. Pada tahap ini apa yang disebut sebagai simbol menjadi bagian dan cara yang dilakukan individu dalam menciptakan dan mengekspresikan mengenai siapa dirinya kepada masyarakat internet (*Netizen*).

#### DAFTAR PUSTAKA

Barthes, Roland. (2010). *Imaji Musik Teks.: Analisi Semiotologi Atas Fotografi, Iklan, Film, Musik, Eva Yanti, Cameron Malik: Antara “Aku” Dan Facebook: Kontruksi Pesan .....*

*Alkitab, Penulisan dan pembacaan serta kritik sastra. Terj, Agustinus Hartono. Jelasutra: Yogyakarta.*

Barthes, Roland. (2012). *Elemen-elemen Semiotologi. Terj, Kahfie Nazaruddin. Jelasutra: Yogyakarta.*

Baumeister, R. F. (1997). Identity, Self-Concept, and Self-Esteem. In J. A. R. Hogan (Eds.), *Handbook of Personality Psychology* (pp. 681-709). San Diego, CA, US: Academic Press.

Elda Franzia, Y. A. (2015). Representasi Identitas Melalui Komunikasi Visual dalam Komunitas Virtual Palanta Urang Awak Minangkabau. *Panggung*, 379-390.

Lacan, Jacques. (2009). *Diskursus dan Perubahan sosial: pengantar kritik budaya psikoanalisis. Jelasutra: Yogyakarta.*

Mira Sutrisna, S. S. (2015). Representasi Foto Keluarga: Ekspresi Seni Kontemporer pada Abad Ke-21. *Panggung*, 279-291.

Sunardi, St. (2012). *Vodka dan Birahi Seorang “Nabi”. Jelasutra: Yogyakarta.*

Tjaya, T. H. (2012). *Enigma Wajah Orang Lain: Menggali Pemikiran Emmanuel Levinas. Jakarta: KGP (Kepustakaan Populer Gramedia).*