

Persepsi Ibu Muda terhadap *Trend Foto Maternity* Young Mother's Perception of Maternity Shoot Trend

¹Kanita Andiali, ²Oji Kurniadi

^{1,2}Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: ¹kanitaandiali@gmail.com, ²oji.kurniadi@gmail.com

Abstract. Trend of maternity shoot is a new lifestyle in society. From year to year, enthusiasts of maternity shoot are increasing. There are so many pregnant mom that want to capture the moment of their pregnancy, especially young mother. The purpose of this research are to know; (1) the attractiveness of maternity shoot for young mother in instagram, (2) young mothers's interpretation of maternity shoot trend in instagram, (3) the reason why young mother interested to follow maternity shoot trend in instagram. The specific purpose of this research is to analyze young mother's perception of maternity shoot trend in instagram. The method which used in this research is qualitative method with case study approached through interview, observation, literature, and documents that relevant with this study. This research had been done to young mother which following maternity shoot trend in instagram. The subjects of study consist of four informants such as Tammy Deamantha, Tiara Rahmani, and Rachelia Aisha as key informants and one informant supporters. The concept and perspective theories in this study include Theory of Popular Culture, Lifestyle, Photography, Maternity Shoot, Perception, and Instagram. Based on the result of the research showed the perception of young mother about trend of maternity shoot include; (1) the attractiveness of maternity shoot are pose, concept/themes, makeup, and fashion. (2) trend of maternity shoot as an important moment that need to be immortalized. (3) motivation of young mother which following trend of maternity shoot is to build an existence of themselves.

Keywords: Lifestyle, Maternity Shoot, Perception.

Abstrak. Trend foto maternity merupakan gaya hidup baru dalam masyarakat. Dari tahun ke tahun, peminat foto maternity semakin meningkat. Semakin banyak ibu hamil yang ingin mengabadikan momen kehamilannya, terutama di kalangan ibu muda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui; (1) daya tarik trend foto maternity bagi ibu muda di instagram, (2) penafsiran ibu muda terhadap trend foto maternity di instagram, (3) alasan ibu muda tertarik mengikuti trend foto maternity di instagram. Tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana persepsi ibu muda terhadap trend foto maternity. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui teknik wawancara, observasi, studi pustaka, dan dokumen yang relevan dengan penelitian. Penelitian ini dilakukan kepada ibu muda yang mengikuti trend foto maternity di instagram. Subjek penelitian terdiri dari empat informan yakni Tammy Deamantha, Tiara Rahmani, dan Rachelia Aisha sebagai informan kunci serta satu orang sebagai informan pendukung. Konsep dan teori pendukung dalam penelitian ini diantaranya Teori Budaya Populer, Gaya Hidup, Fotografi, Foto Maternity, Persepsi, dan Instagram. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan persepsi ibu muda terhadap trend foto maternity diantaranya; (1) daya tarik foto maternity adalah pose, konsep/tema, makeup, dan busana. (2) trend foto maternity sebagai momen penting yang perlu diabadikan. (3) motivasi ibu muda mengikuti trend foto maternity di instagram untuk membentuk suatu eksistensi diri.

Kata Kunci: Gaya Hidup, Foto Maternity, Persepsi.

A. Pendahuluan

Salah satu tema fotografi yang sedang menjadi *trend* saat ini adalah foto *maternity* atau foto kehamilan. *Trend* ini merupakan salah satu cara untuk mengabadikan momen penting yang tidak bisa setiap kali dan butuh kesabaran dalam mendapatkannya, yaitu menanti kelahiran buah hati. Foto *maternity* adalah foto dimana sang ibu menunjukkan bentuk tubuhnya yang sedang mengandung, ditambah riasan *makeup* dan pakaian yang mendukung. Foto ini terbilang unik karena pada zaman dahulu wanita hamil cenderung tertutup dan malu menunjukkan perubahan bentuk tubuhnya yang menjadi besar, namun kini hal tersebut justru menjadi momen yang ditunggu-tunggu untuk diabadikan dalam bentuk komunikasi nonverbal, yaitu

foto. Sudarma (2014:2) memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilah dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting.

Hasil pengamatan yang telah peneliti lakukan melalui instagram, foto *maternity* lebih banyak dilakukan oleh seorang ibu muda. Yang dimaksud muda disini adalah rentan usia 19-25 tahun atau menurut Erik Erikson (1963) dalam bukunya *Childhood and Society* dinamakan sebagai awal masa dewasa (dalam Sobur, 2013:137). Pada masa ini seorang ibu muda masih dalam peralihan masa remaja menuju awal masa dewasa sehingga kondisi tubuhnya masih sehat dan sangat kuat untuk melakukan foto *maternity* serta senang mengikuti *trend* yang ada.

Adanya *trend* foto *maternity* menarik berbagai persepsi dari masyarakat. Beberapa diantaranya tertarik untuk melakukannya dan beberapa lainnya biasa saja bahkan tidak tertarik dengan *trend* tersebut. Dalam berkomunikasi, *trend* tersebut diibaratkan sebagai stimulus, manusia menerima stimulus, sehingga dapat memberikan respon dari stimulus tersebut melalui panca indera yang dimilikinya. Stimulus yang sama mungkin akan ditafsirkan secara berbeda oleh orang yang berbeda. Alat-alat indera yang dimiliki manusia menyebabkan manusia mampu berpikir, merasakan, dan memiliki persepsi tertentu mengenai dirinya dan dunia sekitarnya. Mengingat hal tersebut merupakan sesuatu yang unik, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai persepsi ibu muda terhadap *trend* foto *maternity* di instagram.

Berdasarkan konteks penelitian yang telah diuraikan, maka fokus dalam penelitian ini sebagai berikut: “Bagaimana persepsi ibu muda terhadap *trend* foto *maternity*?”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut.

1. Untuk mengetahui daya tarik *trend* foto *maternity* bagi ibu muda di instagram.
2. Untuk mengetahui penafsiran ibu muda terhadap *trend* foto *maternity* di instagram.
3. Untuk mengetahui alasan ibu muda tertarik mengikuti *trend* foto *maternity* di instagram.

B. Landasan Teori

Gaya Hidup

Gaya hidup merupakan perilaku individu untuk merefleksikan status sosialnya. Foto *maternity* dapat dikatakan sebagai gaya hidup. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang diantaranya faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal; sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi. Faktor eksternal; kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, kebudayaan. (Nugraheni, 2013)

Foto *Maternity*

Foto *maternity* adalah foto dimana seorang wanita menunjukkan bentuk tubuhnya yang sedang mengandung, ditambah riasan *makeup* dan pakaian yang mendukung. Foto *maternity* disarankan ketika usia kandungan menginjak trimester akhir atau sekitar 7 hingga 9 bulan, karena pada usia tersebut bentuk bagian perut dalam kondisi yang paling menarik. Foto *maternity* yang ditangani oleh seorang fotografer profesional hasilnya akan lebih maksimal karena fotografer akan mengarahkan sesi foto yang lebih berkonsep, teknik pengambilan gambarnya juga

memungkinkan setiap detail foto akan tampak dan yang paling menentukan adalah hasil editing foto yang membuat hasil foto menjadi lebih indah.

Persepsi

Jalaludin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul *Psikologi Komunikasi* (2015:50) mengungkapkan bahwa persepsi adalah pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi ialah memberikan makna pada stimuli indrawi (sensory stimuli). Sedangkan menurut Kenneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken (dalam Mulyana, 2014:180), persepsi adalah sarana yang memungkinkan kita memperoleh kesadaran akan sekeliling dan lingkungan kita.

Proses dan langkah terbentuknya persepsi (Sobur, 2013):

1. Proses menerima rangsangan
2. Proses menyeleksi rangsangan
3. Proses pengorganisasian
4. Proses penafsiran
5. Proses pengecekan
6. Proses reaksi

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Daya tarik *trend foto maternity* bagi ibu muda di instagram

Dari hasil temuan penelitian yang didapatkan, ibu muda yang menjadi informan dalam penelitian ini berpendapat bahwa daya tarik *trend foto maternity* diantaranya adalah sebagai berikut;

- a. Pose
Pose merupakan ciri khas dalam sebuah foto *maternity* yang membedakan diantara foto lainnya. Pose yang paling sering dipakai adalah dengan menonjolkan dan memegang bagian perut sang ibu yang membesar serta ditemani oleh sang ayah.
- b. Konsep/Tema
Konsep merupakan daya tarik yang paling utama dari foto *maternity*. Menurut ketiga informan dalam penelitian ini, konsep yang digunakan dalam sesi foto *maternity* sangat beragam dan unik. Latar sebuah taman, hutan, atau pantai, dapat dijadikan pilihan selain memilih melakukan foto di dalam rumah atau sebuah studio.
- c. Riasan/*Makeup*
Para informan dalam penelitian ini mengatakan bahwa penggunaan *makeup* dalam foto *maternity* bertujuan agar objek foto terlihat lebih segar dan tidak pucat, serta menambah kepercayaan diri.
- d. Busana
Busana merupakan satu diantara daya tarik foto *maternity* lainnya yang cukup diperhatikan oleh para informan dalam penelitian ini. Mereka melihat bahwa busana yang digunakan para ibu dalam berfoto *maternity* sangat *stylish*. Pemilihan busana juga tidak asal-asalan. Bahkan ada yang rela membeli busana baru atau menyewa untuk melakukan foto *maternity*.

Penafsiran ibu muda terhadap *trend foto maternity* di instagram

Bagi ketiga informan yang ada dalam penelitian ini mereka berpendapat bahwa foto *maternity* perlu dilakukan karena untuk mengenang momen penting yang tidak

bisa setiap kali dan butuh kesabaran dalam mendapatkannya. Selain itu juga karena ini merupakan kali pertama informan dalam penelitian ini mengandung buah hatinya. Namun kembali lagi kepada pilihan masing-masing individu. Karena setiap orang tentunya memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda-beda antara satu sama lainnya, dalam memaknai atau melihat suatu fenomena seperti *trend* foto *maternity*. Mengenai ibu muda yang membagikan masa kehamilannya di instagram, dapat di simpulkan bahwa ketiganya menganggap hal tersebut sebagai sesuatu yang wajar. Karena para ibu muda yang membagikan foto masa kehamilannya berniat untuk berbagi kebahagiaan kepada orang sekitar menggunakan media sosial yang paling populer saat ini. Dari banyaknya pilihan yang disuguhkan internet, instagramlah yang berhasil menjadi salah satu situs yang paling sering dikunjungi oleh para pengguna internet di dunia. (Handayani, 2015)

Kemudian ketika membahas mengenai perlu atau tidaknya menggunakan jasa seorang fotografer dalam pemotretan foto *maternity* kembali lagi kepada masing-masing individu. Dan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan oleh ibu hamil yang akan berfoto. Ada sebagian yang merasa perlu menggunakan jasa seorang fotografer, dan ada pula yang merasa tidak begitu perlu. Namun bila *photoshoot* ditangani oleh seorang fotografer profesional maka hasilnya lebih maksimal karena para fotografer akan mengarahkan sesi foto yang lebih berkonsep, akan ada pengarahan yang lebih baik demi hasil foto yang maksimal, teknik pengambilan gambar yang memungkinkan setiap detail foto akan tampak dan yang paling menentukan adalah hasil editing foto yang dapat lebih memaksimalkan hasil foto yang lebih indah.

Alasan ibu muda tertarik mengikuti *trend* foto *maternity* di instagram

Alasan yang memotivasi ibu muda adalah adanya keinginan dan niat untuk mendokumentasikan masa kehamilan sebagai bentuk kenang-kenangan dan untuk membentuk suatu eksistensi diri. Jika dilihat berdasarkan faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi alasan tersebut diantaranya; Faktor internal;

1. Sikap
Sikap merupakan suatu keadaan pikir dan keadaan jiwa para informan dalam memberikan tanggapan terhadap *trend* foto *maternity* yang mempengaruhi secara langsung pada perilaku.
2. Pengalaman dan pengamatan
Pengalaman mengandung sang buah hati yang dialami oleh ketiga informan membentuk pandangan mereka terhadap *trend* foto *maternity*.
3. Kepribadian
Para informan dalam penelitian ini memiliki kepribadian yang terbuka dan mudah bergaul, sehingga cepat menyesuaikan ketika muncul gaya hidup baru dalam masyarakat.
4. Motif
Ketiga informan mengikuti *trend* foto *maternity* karena adanya motif untuk mengabadikan momen kehamilannya yang mereka rasa penting untuk dilakukan.
5. Persepsi
Persepsi ibu muda terhadap *trend* tersebut berakhir pada tahap tindakan yang nyata dipilih.

Faktor eksternal:

1. Kelompok referensi
Dalam penelitian ini, ketiga informan dipengaruhi oleh kelompok yang memberi pengaruh tidak langsung karena mereka terpengaruh setelah melihat banyaknya *trend foto maternity* yang ada di instagram.
2. Kelas social
Mengingat biaya foto *maternity* yang dilakukan oleh seorang fotografer itu cukup tinggi sehingga dapat digolongkan ke dalam kebutuhan tersier, maka para informan yang ada dalam penelitian ini termasuk ke dalam kelas social menengah ke atas yang memiliki minat yang sama dalam mengikuti *trend foto maternity*.
3. Kebudayaan
Seperti yang telah kita ketahui bahwa *trend foto maternity* merupakan budaya populer yang sedang berkembang saat ini, dan ketiga informan yang ada dalam penelitian ini mengikuti budaya tersebut.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Daya tarik dari *trend foto maternity* diantaranya; pose, konsep/tema, riasan wajah/*makeup*, dan busana.
2. Ibu muda yang menjadi informan dalam penelitian ini menganggap bahwa foto *maternity* adalah suatu hal yang perlu untuk dilakukan oleh ibu hamil guna mendokumentasikan masa kehamilannya.
3. Alasan yang memotivasi ibu muda untuk mengikuti *trend foto maternity* adalah untuk membentuk suatu eksistensi diri. Faktor-faktor yang mempengaruhi ibu muda dalam mengikuti *trend foto maternity* diantaranya; faktor internal; sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, motif, dan persepsi. Sedangkan faktor eksternal antara lain; kelompok referensi, kelas sosial dan kebudayaan.

E. Saran

1. Dari hasil yang didapatkan peneliti di lapangan, bahwa persepsi yang terbentuk di masyarakat mengenai *trend foto maternity* sebagai salah satu bentuk budaya populer yang sedang diminati oleh mayoritas ibu hamil dimanapun dan dari kalangan manapun, tidak ada salahnya untuk di ikuti, selama masih dalam batas kewajaran, tidak berlebihan, dan tidak membahayakan keselamatan atau kesehatan ibu hamil yang akan menjalani pemotretan foto *maternity* tersebut.
2. Dengan adanya *trend foto maternity* diharapkan dapat menjadi sebuah wadah atau ruang untuk mengekspresikan diri seorang ibu hamil, sekaligus menjadi ruang bagi seorang ibu hamil dan suami atau anaknya dan sang jabang bayi yang ada di dalam perut, untuk mempererat *chemistry* atau hubungan batin antara semuanya. Selain dapat menjadi pilihan paling tepat dalam mendokumentasikan masa kehamilan
3. Dalam mengikuti *trend foto maternity*, ada baiknya seorang ibu hamil, khususnya ibu muda dapat bijak, dan selalu memperhatikan hal-hal atau faktor dalam setiap detail budaya foto *maternity* tersebut.

Daftar Pustaka

- Handayani, Devi dan Oji Kurniadi. 2015. *Hubungan antara Daya Tarik Foto Selfie dengan Minat Menggunakan Media Sosial Instagram*. Proceeding of Public Relation Spesia. Bandung: Universitas Islam Bandung
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nugraheni, P.N.A. 2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Skripsi. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS
- Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sobur, Alex. 2013. *Psikologi Umum*. Bandung: CV Pustaka Setia
- Sudarma, I Komang. 2014. *Fotografi*. Yogyakarta: Graha Ilmu