

Hubungan Antara Daya Tarik Foto *Selfie* Dengan Minat Menggunakan Media Sosial Instagram

¹Devi Handayani, ²Oji Kurniadi

^{1,2}*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*

e-mail: ¹Devihann@yahoo.com, ²Oji.kurniadi@gmail.com

Abstract: Recently, the user of a social networking media called *Instagram* must be familiar with the *hashtag* entitled '*selfie*'. Everybody, from the common people to celebrity, is taking *selfie*. *Selfie* is the abbreviation of 'Self Portrait' which means as the act of taking your personal picture using smart phones or webcam and directly upload it to your social media accounts. This phenomenon has been popular among students since they are the user of *Instagram*. The aim of this research is to identify the correlation of getting attention, need and recognition by taking *selfie* with the interest of using *Instagram*. The growth of someone's interest cannot be happened without any stimulus for that interest. Someone's needs also raise the willingness to fulfill that satisfaction. Appeal is the magnet in fulfilling that satisfaction since appeal stimulates the interest. The method used in this research is correlation; a method which investigates the correlation between variables. Correlation method is aimed to investigate how a variation in one factor relates to another variation in another factor. The Self Actualization theory is the theory used in this research; the validity test with the reliability test in this research used the correlation coefficient of *Product-Moment Pearson* for the validity test and *Cronbach's Alpha* for the reliability test. The object of this research is the students of SMAN 22 Bandung located in Rajamantri Kulon Street, and the writer used simple random sampling method in order to get representative samples. Through the assessment of *selfie* photos, respondents consider that the appeal of *selfie* photos is connected between one and another. The calculation which is derived from the validity and reliability tests show that there is a relation between independent and dependent variables; there is correlation between X_1 , X_2 , X_3 , and X_4 variables with the Y variable. In conclusion, it is in accordance to the hypothesis that H_0 is denied and H_1 is accepted, which means that there is relation between appeal and interest in using *Instagram*.

Keywords: Social Media, Attractiveness, Interest

Abstrak. Penggemar situs jejaring sosial Instagram setahun belakangan ini pasti akrab dengan hashtag bertuliskan selfie. Mulai dari orang biasa hingga selebriti ternama, semua berfoto selfie. Selfie adalah singkatan dari "Self Potrait" yang artinya foto hasil memotret diri sendiri, biasanya dengan smartphone atau webcam, lalu diupload ke social media. Fenomena tersebut nampaknya kini tengah menjadi populer dikalangan mahasiswa yang pada umumnya adalah pengguna media sosial instagram. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan mendapatkan perhatian, kebutuhan dan pengakuan saat melakukan foto selfie dengan minat menggunakan media sosial instagram. Tumbuh minat dalam diri seseorang tidak bisa terjadi begitu saja tanpa adanya rangsangan yang menumbuhkan minat tersebut. Kebutuhan seseorang akan sesuatu juga dapat menimbulkan seseorang untuk bergerak dalam memenuhi kepuasan yang diinginkan. Daya tarik merupakan suatu magnet dalam mencukupi kepuasan tersebut, karena dengan adanya daya tarik, rangsangan dalam menimbulkan minat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional, yakni metode yang meneliti hubungan diantara variabel-variabel. Metode korelasi bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Teori Aktualisasi diri merupakan teori yang di gunakan pada penelitian ini dan Uji validitas dengan uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan koefisien korelasi product-moment pearson pada uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan Cronbach's alpha. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah siswi SMAN 22 Bandung jalan Rajamantri Kulon, dan untuk mendapatkan sampel yang representatif dan mewakili penulis menggunakan teknik simple random sampling. Dari Penilaian yang di dapat dari foto selfie, responden menilai bahwa daya tarik foto selfie didapati saling berhubungan. Perhitungan yang di dapat melalui uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa terjadi hubungan antar variabel independen dan dependen, yaitu antara variabel X_1 , variabel X_2 , variabel X_3 , variabel X_4 terdapat hubungan dengan variabel Y. Sehingga dapat disimpulkan sesuai dengan hipotesis yang ada bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang mengartikan bahwa terdapat hubungan antara daya tarik terhadap minat menggunakan media sosial instagram.

Kata kunci : Media Sosial, Daya Tarik, Minat

A. Pendahuluan

Perkembangan internet saat ini semuanya terasa tidak terbatas antara ruang dan waktu. Semua dimensi terlampaui oleh media website dan internet. Perkembangan internet dan media sosial di Indonesia sangat pesat terlihat di awal tahun 2005, dengan semakin banyaknya tempat yang mempunyai fasilitas free wi-fi, dan juga teknologi mobile broadband yang semakin berkembang membuat akses internet menjadi semakin mudah dan dapat dinikmati oleh siapa pun. Banyaknya pilihan yang disuguhkan internet, tapi saat ini instagram lah yang telah berhasil menjadi salah satu situs yang banyak dikunjungi oleh para pengguna internet di dunia. Instagram berasal dari dua kata, Insta dan Gram. Insta bermula dari kata "instan", dulu foto instan adalah sebutan lain dari kamera polaroid.

Penggemar situs jejaring sosial Instagram setahun belakangan ini pasti akrab dengan *hashtag* bertuliskan *selfie* "*Self Potrait*". Kamus Bahasa Inggris Oxford mengartikan *selfie* sebagai berikut "*a photograph that one has taken of oneself, typically one taken with a smartphone or webcam and uploaded to a social media website*" atau diartikan menjadi aktivitas seseorang yang memotret dirinya sendiri, umumnya menggunakan ponsel atau webcam, kemudian mengunggahnya ke situs media sosial.

Fenomena foto *selfie* nampaknya kini tengah menjadi populer dikalangan remaja, karena remaja merupakan fase awal mencari identitas diri melalui penggunaan simbol status seperti menggunakan simbol status dalam bentuk mobil, pakaian dan pemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat. Dalam hal ini adalah bentuk-bentuk foto yang menggunakan objek diri sendiri, ingin diperlihatkan kepada orang lain dan mendapat perhatian orang lain.

Melihat salah satu account instagram yang sering mengupload foto selfie wanita cantik di Kota Bandung yaitu @Bandunggeulis dengan followers paling banyak yaitu 9492 followers, diantara account instagram yang juga sering mengupload foto selfie wanita cantik Kota Bandung. Kebanyakan dari mereka yang menjadi ambasador 'Bandung geulis' adalah alumni dan siswi SMAN 22 Bandung. Maka berangkat dari hal itulah penulis tertarik untuk menjadikan SMAN 22 Bandung sebagai objek penelitian

Dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, menambah referensi serta sumbangan pemahaman mengenai daya tarik *selfie* dan minat menggunakan media sosial instagram bagi perkembangan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan bidang media sosial.

B. Landasan Teori

Teori yang berkaitan dengan penelitian ini adalah teori aktualisasi diri Abraham Maslow. Menurut asal katanya aktualisasi diri terdiri dari kata aktualisasi dan kata diri. Menurut Purwodarminto (1976 : 253), aktualisasi adalah munculnya atau terungkapnya suatu keadaan terselubung, sedangkan menurut Sudarsono (1993 : 81) yang disebut diri adalah seseorang atau orang (terasing dari yang lain). Menurut Zuhairini (2000:188) yang dimaksud dengan aktualisasi diri adalah bila manusia itu mampu berkembang secara sempurna dengan cara yang semaksimal mungkin, sebab aktualisasi merupakan bentuk kepribadian yang memiliki karakteristik yang unik.

Aktualisasi diri dapat didefinisikan sebagai perkembangan yang paling tinggi dari semua bakat, pemenuhan semua kualitas dan kapasitas, sesuai dengan potensi seseorang untuk menjadi atau dengan kata lain aktualisasi diri merupakan kebutuhan

psikologis untuk menumbuhkan, mengembangkan dan menggunakan kemampuannya. Meskipun kebutuhan-kebutuhan dalam tingkat yang rendah dan terpuaskan, merasa aman secara fisik dan emosional, mempunyai perasaan memiliki dan cinta, serta merasa bahwa dirinya berharga, tetapi individu akan merasa kecewa, tidak tenang dan tidak puas bila ia gagal berusaha untuk memuaskan kebutuhan akan aktualisasi diri. Apabila terjadi demikian maka ia tidak akan merasa damai dengan dirinya sendiri dan tidak bisa dikatakan sehat secara psikologis. Maslow (1984: 7)

Teori ini digunakan karena penelitian ini erat kaitannya dengan perkembangan manusia dalam mencapai kebutuhannya. Pasalnya anak-anak remaja di era sekarang ini ingin mengaktualisasi dirinya agar diakui oleh lingkungannya sebagai seorang remaja yang trend dengan perkembangan saat ini. Mereka menumbuhkan, mengembangkan dan menggunakan kemampuannya dalam melakukan foto selfie dan menggunakan media sosial instagram.

Daya tarik foto *selfie* menurut Prasetyo, Andry. Volume 2 No, 1 Juni 2010. Fotografi Potret Indonesia Dalam Karya-karya Fotografer Kassian Cephas Dan Andreas Darwis Triadi adalah 1) Ekspresi 2) Posisi dan, 3) Pencahayaan. Ekspresi melingkupi a) Ekspresi wajah (mimik) gembira (Suasana gembira akan menimbulkan ekspresi yang gembira atau meriah juga), b) Ekspresi momen (Suasana semacam ini, dapat ditemukan bermacam-macam subjek dengan gaya, ekspresi dan penampilan berbusana yang menarik dalam peristiwa tertentu), dan c) Ekspresi Buatan. Posisi melingkupi a) Posisi 0 derajat (Posisi ini dipakai untuk foto yang harus menampilkan model sejelas-jelasnya), b) Posisi 7/8 (Pada posisi ini wajah digeserkan sedikit kearah kiri), c) Posisi 3/4 (Posisi ini merupakan kelanjutan dari posisi 7/8 sebelumnya), dan d) Posisi profil (Posisi ini akan terlihat menarik jika model berhidung mancung atau memiliki bulu mata yang lentik karena akan memperlihatkan bentuk subjek). Sedangkan pencahayaan melingkupi warna dan hitam putih, ada dua makna yang terkandung dalam warna yakni, makna nilai kognitif yaitu untuk mengenal dalam membedakan benda-benda dalam dunia yang terlihat. Sedangkan makna afektif, untuk membangkitkan perasaan.

Tumbuh minat dalam diri seseorang tidak bisa terjadi begitu saja tanpa adanya rangsangan yang menumbuhkan minat tersebut. Kebutuhan seseorang akan sesuatu juga dapat menimbulkan seseorang untuk bergerak dalam memenuhi kepuasan yang diinginkan. Untuk itu nilai ketertarikan terhadap minat setiap khalayak dapat diukur dengan keaktifan dan perhatian ketika media sosial memberikan fungsinya. Sehingga bisa dikaitkan bahwa khalayak akan memilih media yang diinginkan yang dapat memunculkan minat dari daya tarik media sosial tersebut.

Menurut Sumadi Suryabrata (2002:68) definisi minat adalah “Suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh”. Andi Mappiare (1994: 62) juga berpendapat bahwa minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri suatu campuran dari perasaan, harapan, pendirian, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan lain yang mengarahkan individu kepada suatu pilihan tertentu.

Bentuk-bentuk minat adalah 1) Perhatian, terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indra yang lain, 2) Persepsi, memberikan makna pada stimuli indrawi, 3) Keinginan, usaha seseorang untuk mencapai tujuan (Rakhmat, 2005: 51-52).

Metode yang digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasional, yakni metode yang meneliti hubungan diantara variabel-variabel. Metode korelasi bertujuan meneliti sejauh

mana variasi pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain (Rakhmat, 2009 : 27).

Populasi dalam penelitian ini adalah siswi SMAN 22 Bandung Jl. Rajamantri Kulon No.17a Rt 05/ Rw 05 40264, yang berjumlah 640 siswi. Dalam melakukan penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling*. Teknik penentuan sampel dengan acak. Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. (Sugiyono, 2011 : 82).

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang peneliti dapatkan berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan maka dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut “bagaimana Hubungan Antara Daya Tarik Foto *Selfie* Dengan Minat Menggunakan Media Sosial Instagram” selanjutnya, pertanyaan muncul dalam rumusan permasalahan ini diuraikan sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan antara ekspresi foto *Selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram dikalangan siswi SMAN 22 Bandung?
2. Bagaimana hubungan antara posisi foto *Selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram dikalangan siswi SMAN 22 Bandung?
3. Bagaimana hubungan antara pencahayaan foto *Selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram dikalangan siswi SMAN 22 Bandung?

Dari hasil penelitian ketiga rumusan masalah tersebut dijelaskan lebih lanjut dan secara rinci sebagai berikut :

1. Bagaimana hubungan antara ekspresi foto *Selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram dikalangan siswi SMAN 22 Bandung?

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS data yang diperoleh thitung ($2.20 > t_{tabel} (1.990)$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya Ada hubungan antara ekspresi foto *selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram dikalangan siswi SMAN 22 Bandung. Koefisien korelasi tersebut bernilai positif 2.51 yang berarti cukup dan sifatnya searah antara variabel X_1 dengan Y . Artinya semakin besar nilai materi (X_1) semakin besar pula minat menggunakan media sosial instagram. Nilai α value $< 0,05$ maka hubungan kedua variabel signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 6.30%. Hal ini memberikan pengertian bahwa minat menggunakan media sosial Instagram dengan pencahayaan foto *selfie* sebesar 6.30% sedangkan siswanya 93.70% merupakan kontribusi faktor lain. Dalam pengujian daya tarik ekspresi, dibahas mengenai ekspresi wajah gembira, ekspresi wajah momen dan ekspresi wajah buatan dimana hal-hal tersebut berhubungan dengan minat menggunakan media sosial instagram. Instagram tak ubahnya menjadi media yang memuaskan hasrat kebutuhan siswi untuk mencari referensi foto *selfie* atau pun sebagai media berekspresi.

2. Bagaimana hubungan antara posisi foto *Selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram dikalangan siswi SMAN 22 Bandung?

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS data yang diperoleh thitung ($3.327 > t_{tabel} (1,990)$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya ada hubungan antara aspek posisi foto selfie dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung. Koefisien korelasi tersebut bernilai positif 0.331 yang berarti cukup dan sifatnya searah antara variabel X2 dengan Y. Artinya semakin besar nilai materi (X2) semakin besar pula minat menggunakan media sosial instagram siswi SMAN 22 Bandung. Nilai α value $< 0,05$ maka hubungan kedua variabel signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 10.96%. Hal ini memberikan pengertian bahwa minat menggunakan media sosial Instagram dengan posisi foto selfie sebesar 10.96% sedangkan siswanya 89.04% merupakan kontribusi faktor lain. Dalam pengujian ini menunjukkan bahwa faktor daya tarik posisi foto selfie dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung berhubungan (berkorelasi). Dalam pengujian daya tarik posisi tersebut, dibahas mengenai posisi 0 derajat, posisi 7/8 atau 1-15 derajat, Posisi 3/4 atau 16-89 derajat dan posisi profil atau 90 derajat dimana hal-hal tersebut berhubungan dengan minat menggunakan media sosial instagram. Posisi tak ubahnya menjadi sebuah hal penting dalam memuaskan kebutuhan saat melakukan foto *selfie*, karena dengan posisi postur wajah dapat terlihat lebih indah dan profesional saat di *upload* melalui media sosial instagram.

3. Bagaimana hubungan antara pencahayaan foto Selfie dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung?

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan software SPSS data yang diperoleh $t_{hitung} (7,021) > t_{tabel} (1,990)$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya ada hubungan antara aspek pencahayaan foto selfie dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi-siswi SMAN 22 Bandung. Koefisien korelasi tersebut bernilai positif 0.604 yang berarti kuat dan sifatnya searah antara variabel X3 dengan Y. Artinya semakin besar nilai materi (X3) semakin besar pula minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi-siswi SMAN 22 Bandung. Nilai α value $< 0,05$ maka hubungan kedua variabel signifikan. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien determinasi (KD) sebesar 36.48%. Hal ini memberikan pengertian bahwa minat menggunakan media sosial Instagram dengan pencahayaan foto selfie sebesar 36.48% sedangkan siswanya 63,52% merupakan kontribusi faktor lain. Dalam pengujian daya tarik pencahayaan tersebut, dibahas mengenai pencahayaan warna dan pencahayaan hitam putih dimana hal-hal tersebut berhubungan dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung. Pencahayaan merupakan faktor terakhir yang berkorelasi dengan minat menggunakan media sosial instagram, pencahayaan mampu menampilkan gambar lebih indah dan mampu mengembangkan bakat seseorang dalam hal *editing*, sehingga seseorang yang melihatnya dapat memberikan komentar positif dan menyukai foto tersebut. Hal ini pun dapat memuaskan kebutuhan seseorang dalam melakukan foto *selfie*.

D. Kesimpulan

1. Adanya hubungan antara aspek daya tarik ekspresi foto selfie dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung. Pengujian ini menunjukkan bahwa faktor daya tarik ekspresi foto selfie dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22

Bandung berhubungan (berkorelasi). Dalam pengujian daya tarik ekspresi, dibahas mengenai ekspresi wajah gembira, ekspresi wajah momen dan ekspresi wajah buatan dimana hal-hal tersebut berhubungan dengan minat menggunakan media sosial instagram. Instagram tak ubahnya menjadi media yang memuaskan hasrat kebutuhan siswi untuk mencari referensi foto *selfie* atau pun sebagai media berekspresi.

2. Kesimpulan selanjutnya, ada hubungan antara aspek daya tarik posisi foto *selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung. Dalam pengujian ini menunjukkan bahwa faktor daya tarik posisi foto *selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung berhubungan (berkorelasi). Dalam pengujian daya tarik posisi tersebut, dibahas mengenai posisi 0 derajat, posisi 7/8 atau 1-15 derajat, Posisi 3/4 atau 16-89 derajat dan posisi profil atau 90 derajat dimana hal-hal tersebut berhubungan dengan minat menggunakan media sosial instagram.
3. Kesimpulan terakhir, ada hubungan antara pencahayaan foto *selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung. Dalam pengujian ini menunjukkan bahwa faktor daya tarik pencahayaan foto *selfie* dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung berhubungan (berkorelasi). Dalam pengujian daya tarik pencahayaan tersebut, dibahas mengenai pencahayaan warna dan pencahayaan hitam putih dimana hal-hal tersebut berhubungan dengan minat menggunakan media sosial instagram di kalangan siswi SMAN 22 Bandung.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metode Penelitian Public Relations*. Bandung: Simbiosis rekatama media.
- Prasetyo, Andry. Volume 2 No, 1 Juni 2010. *Fotografi Potret Indonesia Dalam Karya-karya Fotografer Kassian Cephas Dan Andreas Darwis Triadi*. Jurusan Fotografi Fakultas Seni Rupa dan Desain ISI Surakarta.
- Rakhmat, Jallaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Rakhmat, Jallaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.