

NYIMAK

Journal of Communication

Nyimak Journal of Communication | Vol. 3 | No. 1 | Halaman 1 - 96 | Maret 2019 | ISSN 2580-3808



Published By:
Department of Communication Science
Faculty of Social and Political Science
Universitas Muhammadiyah Tangerang



Alamat Redaksi (Journal Address)

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH TANGERANG

Jl. Mayjen Sutoyo No.2 (depan Lap. A.Yani) Kota Tangerang, Banten, Indonesia

Website : <http://jurnal.umt.ac.id/index.php/nyimak>

Email : journalnyimak@fisipumt.ac.id

NYIMAK

Journal of Communication

DAFTAR ISI (TABLE OF CONTENT)

Media Sosial dan Munculnya Gejala Sosiopat di Kalangan Mahasiswa — Nurudin —	1 – 14
Komodifikasi Konten, Khalayak, dan Pekerja pada Akun Instagram @salman_al_jugjawy — Sigit Surahman, Annisarizki & Rully —	15 – 29
Tabloidisasi Pertikaian Selebriti dalam Tayangan Infotainment "Pagi- Pagi Pasti Happy" — Ardiska Mega Perwita & Filosa Gita Sukmono —	31 – 45
Representasi Perempuan dalam Film Siti — Ganjar Wibowo —	47 – 59
Penggunaan Bahasa Korea (Hangeul) dalam Instagram sebagai Bentuk Presentasi Diri — Annisa Nurul Mardhiyah & Ayub Ifandy Imran —	61 – 75
Adaptasi Interaksi Kegiatan Belajar Mengajar Bahasa Isyarat Indonesia — Rubiyanto & Cindy Clara —	77 – 96

Media Sosial dan Munculnya Gejala Sosiopat di Kalangan Mahasiswa

Nurudin

Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang

Email: nurud70@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh (1) kemajuan teknologi komunikasi yang telah mengubah perilaku masyarakat dalam berkomunikasi; (2) semakin maraknya kegiatan swafoto (*selfie* dan *wefie*) yang diunggah di media sosial; dan (3) muncul gejala sosiopat bagi para pengguna media sosial. Rumusan masalah yang dikedepankan adalah: (1) bagaimana munculnya gejala sosiopat di kalangan mahasiswa; (2) apa dampak sosiopat dalam kehidupan sehari-hari? Menggunakan pendekatan kualitatif, penelian berlangsung di Malang Raya di lingkungan aktivis mahasiswa Mazhab Djaeng, yaitu kelompok diskusi aktivis mahasiswa yang dilaksanakan seminggu sekali di luar kampus dan diikuti oleh seluruh mahasiswa di Malang dan masyarakat umum. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah model analisis interaktif Matthew B. Miles dan A. Michael Huberman. Hasil penelitian menunjukkan (1) foto *selfie* memperkuat gejala narsisme di kalangan mahasiswa; (2) narsisme yang kelewat batas memunculkan gejala penyakit sosial di masyarakat, yaitu antisosial; (3) perlunya gerakan literasi media dan masyarakat untuk menekan dampak munculnya sosiopat.

Kata Kunci: Media Sosial, sosiopat, swafoto

ABSTRACT

The background of this research is (1) the advancement of communication technology that has changed people's behavior in communication; (2) the increasing number of selfie activities that uploaded on social media; and (3) sociopathic symptoms appear for social media users. The formulation of the problems is: (1) how the symptoms of sociopaths arise among students; (2) what is the impact of sociopaths in everyday life? Using a qualitative approach, the study took place in Malang Raya in the Djaeng School student activist environment, namely a student activist discussion group held once a week outside the campus and attended by all students in Malang and the general public. The data analysis technique used is interactive analysis model Matthew B. Miles and A. Michael Huberman. The results of the study showed (1) selfie photos strengthened the symptoms of narcissism among students; (2) overarching narcissism raises symptoms of social disease in the community, namely antisocial; (3) the need for media and community literacy movements to reduce the impact of the emergence of sociopaths.

Keywords: Social media, sociopath, selfie

PENDAHULUAN

Sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi, revolusi media sosial pun turut mengalami perkembangan yang tak kalah pesatnya. Ini tidak saja ditunjukkan pada kuantitas pengguna media sosial, tetapi juga dapat dilihat pada pesatnya perkembangan layanan *smartphone* dan penyedia layanan komunikasi yang mengembangkan aneka fitur semenarik mungkin. Di Asia Tenggara saja, pengguna Facebook di Indonesia mencapai 87,75 juta pada

2017, disusul oleh Thailand (46 juta), Malaysia (22 juta), Singapura (4,4 juta). Adapun waktu yang dihabiskan di internet adalah selama 52,3 menit/hari.

Perkembangan *handphone* pun menjadi semakin pesat ketika teknologi internet dapat diintegrasikan sedemikian rupa ke dalam *handphone*. Jika sebelumnya masyarakat mengakses internet melalui *personal computer* (PC) atau laptop, sekarang tidaklah lagi demikian keadaannya. Kegiatan *browsing* informasi cukup dilakukan lewat *handphone* yang sudah terkoneksi internet.

Ketergantungan pada HP semakin menggejala sejak dikenalkan adanya media sosial (Facebook, Twitter, Instagram, Whatsapp, dan Line). Melalui HP yang terkoneksi internet, masyarakat semakin mudah untuk mengakses internet dan media sosial. Jadilah masyarakat kecanduan dengan HP (*smartphone*) (Kogoya, 2015; Moku, 2016; Muflih, Hamzah & Puniawan, 2017; Mok, *et al.*, 2014).

Bisa jadi itu merupakan fenomena pada zaman modern yang tidak hanya dialami mahasiswa, tapi juga pada masyarakat yang sekarang ini sudah sangat menggantungkan kehidupannya kepada teknologi *gadget*. Kita bisa menyaksikan banyaknya masyarakat mengalami perubahan sikap dan perilaku ketika memakai *gadget* dalam berkomunikasi (Anggraeni & Hendrizal, 2018; Gifary & Kurnia, 2015; Mulawarman & Nurfitri, 2017; Nurudin, 2013).

Produsen *smartphone* juga terus berinovasi, salah satunya memberi fasilitas foto. Beberapa ciri *smartphone* yang mempunyai fasilitas foto bagus antara lain: (1) kapasitas kamera setidaknya 13 MP; (2) memiliki pencahayaan yang cukup/menggunakan lampu LED flash; dan (3) dilengkapi fitur *autofocus* untuk menghasilkan foto yang lebih tajam dan jernih. Beberapa jenis *smartphone* yang mempunyai kualifikasi tersebut diantaranya adalah Sony Xperia C5 Ultra Dual, Asus Zenfone Selfie ZD551KL, Sony Xperia M5 Dual, HTC One E9 Plus, dan ZTE Nubia X6.

Dengan fasilitas yang menarik tersebut, tentu para pengguna juga akan semakin antusias, atau untuk tidak mengatakan ambisius berfoto dengan kamera *smartphon*enya. Karena itu, foto *selfie* dan *wefie* banyak dilakukan. *Selfie* dan *wefie* artinya tidak jauh berbeda. *Selfie* adalah memfoto diri sendiri dan pesertanya hanya diri sendiri, sementara *wefie* adalah foto bersama dengan beberapa orang. Dalam perkembangannya, *selfie* dan *wefie* diartikan sebagai pengambilan foto diri sendiri lewat *smartphone* yang kemudian mengunggahnya melalui situs web media sosial.

Sementara itu, akhir-akhir ini ada kecenderungan mulai banyaknya ibu-ibu muda yang senang ber*selfie* ria saat menyusui bayinya, seperti yang dilakukan Gisele, Gwen Stefani dan Miranda Kerr. Mereka berfoto ria saat menyusui (*breelfie* atau *breastfeeding*) kemudian

diunggah di media sosial milik mereka. Ini tentu menjadi fenomena baru dari seorang pesohor. Akibatnya, sangat mungkin apa yang dilakukan mereka akan diikuti masyarakat pada umumnya. Apalagi, bisa dikatakan masyarakat kita adalah masyarakat yang gemar meniru (Nurudin, 2016; Kaparang, 2013; Sella, 2013; Bungin, 2011).

Apa yang dilakukan orang-orang yang berswafoto itu di dalam kajian psikologi komunikasi bisa disebut dengan psikopat. Psikopat adalah perilaku antisosial sementara perilakunya didominasi kehendak dirinya sendiri. Dalam kajian yang lebih mendalam, psikopat bisa diartikan sebagai sakit jiwa (*psyche*=jiwa, *pathos*=penyakit). Orang yang mengindap penyakit ini kadang bisa disebut dengan istilah sosiopat (*sosio*=sosial, *phatos*=penyakit). Alasannya, keduanya mempunyai tindakan antisosial, bahkan punya keenderngan sangat merugikan orang lain.

Dengan kata lain, mereka yang senang berswafoto dapat dikatakan mempunyai gejala sosiopat yang memungkinkan dirinya hanya mementingkan diri sendiri dengan tak begitu mengindahkan lingkungan sekitar. Bahkan, sebagai sebuah penyakit (jika kita menyebutnya begitu), swafoto adalah perilaku antisosial yang disebut dengan penyakit sosial (sosiopat) (Senft, 2015; Lee, 2016; Shah, 2015; Griffiths & Balakrishnan, 2018; Wade, 2014).

Dari pemaparan singkat di atas, rumusan masalah yang dikemukakan di dalam penelitian ini adalah (1) bagaimana munculnya gejala sosiopat di kalangan mahasiswa? dan (2) apa dampak sosiopat dalam kehidupan sehari-hari? Dari rumusan masalah yang dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana munculnya gejala sosiopat di kalangan mahasiswa serta apa saja dampak sosiopat dalam kehidupan sehari-hari.

KERANGKA TEORI

Teknologi dan Gejala Sosiopat

Karena teknologi mempengaruhi perilaku masyarakat maka perilaku masyarakat dapat dikatakan mencerminkan perkembangan teknologi. Ketika pesawat telepon belum ada, masyarakat berkomunikasi secara lisan atau dengan alat sederhana. Kemudian, saat telepon ditemukan, berkomunikasi melalui pesawat telepon pun menjadi gejala baru. Perkembangan teknologi memberi andil bagi penemuan internet di mana pada akhirnya manusia bisa berkomunikasi melalui internet. Sebagai salah satu dalam perkembangan internet, kehadiran media sosial turut pula memengaruhi proses komunikasi masyarakat. Sementara itu, dampak lainnya yang juga bisa disebutkan adalah aktivitas swafoto atau *selfie*.

Sekali-kali, kita mencoba mengamati perilaku mereka di media sosial miliknya. Tentunya ada yang yang senang memotret dirinya sendiri, lalu menghabiskan hampir seluruh waktunya di depan *gadget* untuk mengunggahnya di media sosial. Bahkan, banyak di antara mereka

dengan foto biasa ditambah dengan efek-efek menjadi foto yang kelihatan lebih bagus. Tentu ini menjadi salah satu gejala masyarakat kita saat ini.

Gejala lainnya, seseorang akan rela untuk menghabiskan waktu dalam kurun lama hanya untuk mengedit foto *selfienya*, lalu mengunggahnya di media sosial. Tujuannya tidak lain agar bisa dikomentari orang lain; ada kesan foto yang diunggah hanya untuk dikomentari orang lain. Ini gejala lain di mana masyarakat melakukan *selfie* kemudian mengunggah untuk dilihat orang lain. Niat untuk dikomentari orang lain menjadikan masyarakat sebagai pihak yang terlalu mementingkan diri sendiri.

Seorang peneliti dari Ohio State University, Jesse Fox (2013) pernah mengamati perilaku di atas dengan menyebutnya sebagai individu pengidap *self objectification*. Fox mencontohkan bahwa pengeditan foto untuk memperbaiki penampilan bisa termasuk dalam gejala *self objectification*. Jika seseorang hanya mengharap komentar orang lain saat mengunggah foto, ia masuk ke dalam gejala itu. Individu itu seolah menganggap komentar orang lain sedemikian penting bagi dirinya.

Perkembangan selanjutnya, jika seseorang sudah mengidap *self objectification*, ia mempunyai kecenderungan lebih memikirkan pendapat orang lain dari pendapatnya sendiri soal foto tersebut. Lihat kasus yang menimpa foto Anindya Kusuma Putri (Putri Indonesia 2015) ketika memakai kaos bergambar palu arit (lambang komunis). Ketika mengunggahnya di media sosial, tentu ia sengaja melakukannya. Harapannya akan ada banyak komentar atas fotonya, atau bisa juga untuk menunjukkan eksistensi dirinya atau karena ingin dianggap keren, atau bisa karena ingin semakin populer atau sekadar iseng. Ketika mengunggahnya di media sosial, ia sudah punya niat supaya fotonya dinikmati orang lain, bukan hanya untuk konsumsi dirinya sendiri. Tapi, yang terjadi adalah hujan protes dan hinaan (*bully*) dari para pengikutnya (*followers*).

Hal serupa juga terjadi pada artis yang mengunggah foto saat menyusui, seperti Miranda Kerr dan Gisele. Tentu ada maksud-maksud yang disembunyikan, misalnya foto saat menyusui tetapi minumnya susu kaleng. Kasus di atas menunjukkan betapa kita hidup dalam masyarakat yang *sok*. Anehnya, masyarakat “terbuai” dengan sesuatu yang *sok* tersebut. Karena itu, dibohongi sedemikian rupa melalui foto pun tidak sadar. Gejala mementingkan diri sendiri ini seolah jauh lebih penting daripada memikirkan dampak akibatnya bagi masyarakat umum.

***Self Objectification* dan Sosiopat**

Jika keadaan *self objectification* di atas itu dibiarkan berlarut-larut, seseorang bisa dikatakan sedang menumbuhkan penyakit psikopat dalam dirinya. Dalam kajian psikologi, psikopat adalah perilaku antisosial di mana perilakunya didominasi oleh kehendak dirinya

sendiri. Dalam kajian yang lebih mendalam, psikopat juga bisa berarti sakit jiwa (*psyche*=jiwa, *pathos*=penyakit). Pengindap penyakit itu juga bisa disebut sosiopat (*sosio*=sosial), *phatos*=penyakit) lantaran tergolong anti sosial dan cenderung merugikan orang di sekitarnya.

Pada titik yang ekstrem, orang yang menderita psikopat, sebagaimana dikatakan dikatakan guru besar dari Universitas Columbia, Robert D. Hare, bahwa psikopat sering melakukan tindakan kamufase (tak terkecuali dengan sosiopat). Mereka yang menderita sosiopat akan melakukan kamufase, termasuk memutarbalikkan fakta dan cenderung menyebar kebohongan di media sosial; salah satu tujuannya adalah untuk keuntungan dirinya sendiri.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif-eksplanatif. Penelitian eksplanatif mencoba memberikan penjelasan mengapa (*why*) sesuatu bisa terjadi, atau mempunyai tujuan untuk memperoleh penjelasan tentang penyebab di balik sebuah peristiwa atau fenomena. Dalam penelitian eksplanatif, peneliti berusaha menjelaskan fenomena yang terjadi dengan menggunakan kerangka teori yang diuji dengan hipotesis. Penelitian ini berlangsung di Malang Raya di lingkungan aktivis mahasiswa Mazhab Djaeng, yaitu kelompok diskusi aktivis mahasiswa yang dilaksanakan seminggu sekali di luar kampus dan diikuti oleh seluruh mahasiswa di Malang dan masyarakat umum. Subjek penelitian ini adalah pengurus Mazhab Djaeng. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam dan studi dokumentasi, sementara analisis data menggunakan analisis interaktif *Miles & Huberman*. Untuk memeriksa keabsahan data, digunakan triangulasi sumber dengan membandingkan hasil wawancara antarsubjek penelitian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kemajuan teknologi telah mengubah sikap serta perilaku masyarakat. Bahkan, teknologi menjadi faktor penentu utama dalam aktivitas masyarakat sehari-hari. Tidak hanya itu, ketiadaan teknologi di sekitarnya membuat hidup manusia hampa lantaran ketergantungannya yang besar. Oleh karena itu, bukan soal benar dan salah yang perlu didiskusikan, tetapi mengapa itu dapat terjadi, apa saja dampaknya, serta apa yang harus dilakukan.

Foto *Selfie* dan Narsisme

Gejala foto *selfie* adalah gejala masyarakat modern. Ketergantungan masyarakat pada teknologi komunikasi memberikan dampak nyata pada munculnya gejala foto *selfie*. Tentu saja, foto *selfie* hanya bisa dilakukan dengan memakai teknologi modern dengan perantara internet. Di sisi lain, foto *selfie* tidak akan mewabah jika foto itu tidak bisa disebar ke masyarakat. Alasannya, foto *selfie* perlu disebar di tengah kebutuhan masyarakat yang ingin aktivitasnya diketahui orang lain. Ini kejadian lumrah. Manusia pada dasarnya juga butuh pengakuan dari lingkungan sekitarnya. Karena itu, foto *selfie* bisa diartikan sebagai keinginan manusia untuk diakui masyarakat, bahwa dia eksis dan ingin menunjukkan bahwa dirinya berarti di masyarakat (Goldberg, 2017; Wickel, 2015; Murray, 2015; Carpenter, 2012).

Ada juga alasan lainnya, yaitu foto *selfie* dilakukan karena segalanya semakin mudah berkat kemajuan teknologi informasi, yang didukung dengan hasrat masyarakat yang tidak ingin ketinggalan zaman. Di era milenial sekarang, dorongan untuk tetap mengikuti arus layaknya anak muda yang suka eksis dan mengabadikan setiap momen tidak dapat terbendung.

Akan tetapi, ada juga yang menganggap bahwa foto *selfie* sekadar kegiatan biasa sebagaimana aktivitas manusia lainnya. Salah satu subjek penelitian ini (M. Hasanudin) mengatakan bahwa foto *selfie* itu hal biasa sebagai salah satu cara orang menunjukkan kecintaan terhadap dirinya sendiri. Pengakuan ini tentu menunjukkan bahwa foto *selfie* mempunyai dimensi individu bagi kepentingan individu.

Dalam kajian ilmu komunikasi, kecenderungan seseorang mencintai diri sendiri disebut *narsis*. Kata *narsis* berasal dari *narsisme* (Belanda) atau *narsisisme* (Inggris) yang berarti perasaan cinta pada diri sendiri secara berlebihan (Nurudin, 2017). Orang yang mengalami gejala *narsis* sebagaimana digambarkan di atas disebut dengan *narsisist* (*narcissist*). Istilah *narcissist* ini sebenarnya lebih populer dalam bidang psikologi yang pernah dikenalkan oleh Sigmund Freud. Jika ditelusuri sejarahnya, *narsis* sendiri tidak lain hanya nama seorang tokoh dalam mitologi Yunani yang bernama *Narkissos* (juga disebut *Narcissus*). Tokoh *Narsis* ialah orang yang lebih mencintai bayangannya sendiri yang muncul di kolam. Dengan kata lain, *Narsis* adalah orang yang mencintai dirinya sendiri sebagaimana bayangan dirinya dalam kolam.

Jika dikontekstualisasikan dengan era sekarang, orang bisa disebut *narsis* karena memiliki perilaku memperhatikan diri sendiri secara berlebihan (sebagaimana analogi *Narsis* yang senang berkaca di kolam). Bisa dikatakan, *narsis* tak lain adalah orang yang senang pamer atau menunjukan dirinya sendiri supaya diketahui orang lain. Foto *narsis* berarti juga foto yang diunggah di media sosial dan berharap diketahui orang lain. Kalau misalnya seseorang tidak ingin diketahui orang lain, mengapa ia harus mengunggahnya? Mengapa ia tidak

menyimpannya saja? Karena itu, orang tersebut di atas disebut dengan *narsis*. *Narsis* pun tidak harus dengan foto, tapi bisa juga dengan tulisan atau mungkin komentar-komentar dalam media sosial. Dalam masyarakat nyata, *narsis* bisa merujuk pada mereka yang hanya mengagumi kemampuan dirinya dan tidak mengakui kelebihan orang lain. *Narsis* ini dalam perilaku yang kelewat batas bisa dianggap sebagai orang yang sombong.

Seseorang bisa dikatakan *narsis* apabila mempunyai beberapa indikator beriku: (1) mencintai diri sendiri secara berlebihan; (2) sulit menerima cinta orang lain; (3) susah merasakan perasaan orang lain; (4) suka mendengar pendapatnya sendiri; (5) melihat lingkungan sekitar dari sudut pandangnya sendiri; dan (6) sulit mempercayai orang lain.

Mengapa orang mudah menjadi *narsis*? Mungkin karena segala hal/sesuatunya semakin dipermudah berkat kemajuan teknologi informasi yang didukung dengan hasrat masyarakat dewasa ini yang tidak ingin ketinggalan zaman. Akibatnya, dorongan untuk tetap mengikuti arus layaknya anak muda yang suka eksis dan mengabadikan setiap momen tidak dapat terbendung.

Anti Sosial dalam Masyarakat

Orang yang mencintai diri sendiri yang diakibatkan oleh “maniak” foto *selfie* berkecenderungan untuk merasa benar sendiri. Hal tersebut dinyatakan oleh subjek penelitian yang bernama Annuriliani Tiara Putrie. Di antara yang lain, ia menjawab bahwa sangat mungkin mereka yang terlalu mencintai diri itu tidak mau berbaur dengan masyarakat. Apabila demikian halnya, maka orang tersebut akan sulit untuk menerima perbedaan yang ada dalam masyarakat. Subjek penelitian lainnya (Syaiful Sofi) juga menyatakan hal serupa, bahwa mencintai diri secara berlebihan dapat membuat diri lupa untuk mencintai sesama manusia.

Namun demikian, ada yang berpendapat bahwa *selfie* tidak selalu menimbulkan perilaku mau benar sendiri, tetapi hanya menjauhkan dari masyarakat. Subjek penelitian lainnya (Sandi Putra Gozali) berpendapat bahwa foto *selfie* dilakukan karena seseorang butuh pengakuan atas keberadaannya. Mereka hanya butuh pengakuan dan tidak sampai pada perilaku mau benar sendiri.

Perilaku mau benar sendiri ini sangat mungkin muncul karena semua kegiatan manusia bisa dilakukan secara individual. Atau dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa manusia mulai tercerabut dari masyarakatnya akibat perkembangan teknologi. Contoh: seseorang bisa melakukan banyak hal tanpa harus keluar rumah, cukup dengan internet di rumahnya.

Sehabis bangun tidur, ia bisa langsung berselancar di internet untuk mengetahui informasi di seluruh dunia. Ia juga bisa menyapa teman-temannya melalui media sosial. Ketika mulai lapar, ia bisa memesan makanan secara *online*. Dia pun bisa mengerjakan pekerjaan kantor di rumah dan mengkoordinasi tim kerjanya dari rumah. Ketika ingin membeli barang kebutuhan, ia juga dapat membelinya secara *online* dan membayarnya melalui *internet banking*.

Kurangnya bergaul dengan masyarakat memungkinkan individu tidak menemui banyak gesekan dengan lingkungan sosialnya. Akibatnya, berbagai referensi hidup bisa ditentukan sendiri menurut sudut pandangnya sendiri. Bahkan, seseorang dapat belajar agama (spiritualitas) lewat teknologi, tidak lagi melalui guru yang ahli di bidang agama.

Karena manusia memiliki kecenderungan untuk mengakses media berdasarkan kepentingannya sendiri maka tafsir soal kebenaran juga bisa diperoleh dari serangkaian informasi yang diaksesnya sendiri. Kecenderungan ini dalam kajian komunikasi disebut dengan *selective attention*, *selective perception*, dan *selective retention* (Nurudin, 2009).

Selective attention ialah individu yang cenderung memperhatikan dan menerima terpaan pesan media massa yang sesuai dengan pendapat dan minatnya. Di samping itu, ia menghindari pesan-pesan yang tidak sesuai dengan pendapat dan minatnya. Seorang yang menjadi anggota Partai Keadilan Sejahtera (PKS) cenderung akan menghadiri atau menonton kampanye PKS dibanding dengan kampanye partai lainnya. Diskusi tentang pemberantasan Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN) akan menarik perhatian mereka yang memang sedang *getol* ingin memberantas KKN daripada yang tersangkut KKN. Orang yang suka olahraga bulu tangkis sangat mungkin suka menonton pertandingan bulu tangkis daripada basket.

Dalam perkembangannya, individu akan punya kecenderungan memilih siaran yang sesuai dengan sikap dan keyakinannya. Orang yang beragama Islam akan punya kecenderungan memperhatikan siaran agama Islam di televisi dibanding siaran agama lain. Acara peringatan hari raya Galungan yang disiarkan TVRI akan lebih diminati oleh umat Hindu. Orang yang percaya dengan benda-benda atau hal-hal gaib akan senang dengan acara televisi atau media massa lain yang membahas dunia supranatural. Jadi, jika ada beberapa informasi yang menerpa seseorang, ia akan cenderung memilih yang sesuai dengan pendapat dan minatnya.

Menurut Alexis S Tan, *selective attention* mempunyai prinsip-prinsip sebagai berikut. *Pertama*, perbedaan individu merupakan hasil dari struktur kognitif seseorang yang berbeda dalam menerima pesan-pesan media; jenis media massa pun beragam silih berganti menerpa seseorang. Kita mempunyai kemampuan untuk selektif hanya pada pesan-pesan yang menarik perhatian kita. *Kedua*, keanggotaan sosial pada berbagai kelompok sosial pun ikut

memengaruhi pilihan pesan mana yang dipilih. Misalnya, afiliasi agama, partai, suku. Karena itu, mereka yang memiliki agama sama cenderung memperhatikan pesan-pesan yang sama pula. *Ketiga*, orang lebih berminat apabila suatu informasi dapat membangun citra hubungan dengan orang lain (Nurudin, 2009).

Selective perception adalah individu yang secara sadar mencari media yang bisa mendorong kecenderungan dirinya. Kecenderungan dirinya ini bisa pendapat, sikap atau keyakinan. Jadi, individu aktif mencari informasi yang bisa memperkuat keyakinannya. Sama seperti contoh di atas, orang yang percaya pada makhluk halus akan mencari informasi yang mendukung bahwa makhluk halus itu ada. Jadi, dalam hal ini individu itu sendiri aktif mencari informasi. Mahasiswa yang sedang belajar tentang demokrasi dan dalam setiap kesempatan memperbincangkan arti pentingnya demokrasi, akan merasa perlu untuk mencari buku-buku yang bisa mendukung pendapatnya tersebut. Jarang dari mereka yang mencari buku-buku yang justru menolak ide-idenya.

Bahkan, mereka akan menafsirkan pesan yang cocok dengan kebutuhannya. Artinya, jika suatu pesan media massa yang dicari multiinterpretatif, mereka umumnya akan menafsirkan pesan itu sesuai kecenderungan dirinya pula. Misal dengan perkataan: "yang benar itu maksudnya begini". Kata-kata tersebut menunjukkan bahwa dia sedang menginterpretasikan pesan, dan proses interpretasi tersebut disesuaikan dengan dirinya sendiri. Jika pesan itu arti sebenarnya adalah "X", sedangkan kecendrungan dirinya adalah "Y", kemungkinan besar ia akan membelokkan artinya menjadi "Y".

Selective retention adalah kecenderungan individu hanya untuk mengingat pesan yang sesuai pendapat dan kebutuhan dirinya sendiri. Misalnya, Anda seorang mahasiswa, pada suatu saat dosen Anda memberikan informasi mengenai soal-soal yang akan keluar di *final test*. Ada kemungkinan besar Anda hanya akan mengingat atau menghafalkan soal materi yang berhubungan dengan soal-soal yang dianjurkan dosen tersebut.

Kurangnya gesekan pada mereka yang berbeda membuat seseorang bisa merasa benar sendiri. Inilah yang menjadi permasalahan bahwa lingkungan sosial sebenarnya membentuk manusia sebagai makhluk yang tidak harus merasa benar sendiri. Manusia dikodratkan sebagai makhluk sosial, karena ia dapat belajar serta hidup dari lingkungan sosial; benar menurut dirinya sendiri belum tentu benar menurut sosial.

Sikap ini jika menjadi gejala terus-menerus bisa memunculkan sikap anti sosial. Subjek penelitian bernama Imaduddin mengatakan bahwa anti sosial pada dasarnya bukan berasal dari naluri manusia itu sendiri, melainkan didorong oleh faktor eksternal yang membuat manusia bertindak layaknya mementingkan diri sendiri sehingga faktor eksternal pula yang seharusnya dapat mengubah hal tersebut.

Sikap anti sosial ini bisa ditunjukkan sebab mereka cenderung tak peduli dengan lingkungan sekitar; yang mereka pedulikan hanya mengurus media sosial yang dimiliki untuk “memastikan” bahwa mereka masih eksis.

Penyakit Sosial

Mengatakan bahwa foto *selfie* sebagai penyakit tentu terlalu berlebihan, karena yang namanya penyakit itu selalu mengganggu. Sementara gangguan hanya berurusan dengan orang lain. Jika individu yang melakukan foto *selfie* itu menikmati dan bahagia maka itu belum bisa dianggap sebagai penyakit. Penyakit di sini baru dapat menemukan bentuknya apabila dikaitkan dengan masyarakat, sebut saja penyakit sosial. Artinya, masyarakat menjadi pihak yang dirugikan akibat kemunculan wabah penyakit itu.

Subjek penelitian lain (Putri) mengatakan bahwa penyakit yang sesungguhnya itu adalah ketika seseorang ingin dianggap eksis. Orang seperti itu kebanyakan akan mengedepankan eksistensinya daripada esensinya. Tidak terkecuali, eksistensi menjadi kebutuhan manusia karena keberadaannya dapat membuat dirinya menjadi buah bibir. Bahkan, sosiopat merupakan sebuah gejala untuk bisa tetap dianggap eksis dan tak ingin tergerus dengan komunitasnya. Akibatnya, manusia cenderung ingin meningkatkan popularitasnya. Masyarakat sekarang melakkan itu karena orang sekarang banyak yang butuh pengakuan dan tidak merasa bahwa yang dilakukan adalah penyakit sosial.

Sebagai penyakit sosial, tentu saja sosiopat sangatlah mengganggu. Ada banyak cara yang bisa dilakukan, yang salah satunya dapat dilakukan oleh instansi pendidikan dan pemerintah. Menurut Majid Rahim Amirudin, dibutuhkan aturan yang tegas untuk meminimalisir penggunaan *gadget* dalam instansi pendidikan, pemerintah, dan ruang lainnya untuk meningkatkan efektivitas kerja dan belajar. Namun, agaknya mungkin akan susah, karena *gadget* sudah menjadi bagian dari aspek primer pada kehidupan kita hari ini.

Bahkan, ada yang menyarankan lebih baik mengakses Twitter karena banyak bacaannya daripada foto-foto *selfie* sebagaimana terjadi di Instagram. Itu juga salah satu cara agar terhindar untuk hanya mengikuti orang *berselfie* ria.

Sebagian besar subjek penelitian mengemukakan perlunya literasi media agar dampak negatif media sosial dengan foto *selfie*nya tidak berkepanjangan. Kesadaran akan bahaya media bagi sikap dan perilaku masyarakat sudah selaknya digalakkan terus. Literasi tidak hanya menjadi tugas negara, tetapi juga masyarakat. Lembaga-lembaga pendidikan harus berada di garis terdepan untuk memelopori gerakan literasi media dan masyarakat.

Hal demikian misalnya dapat dilakukan melalui kampanye sadar media, karena selama ini masyarakat hanya mengonsumsi media namun tidak melihat (menyadari) bahaya dampak media. Kesadaran akan dampak buruk media akan membuat masyarakat berhati-hati. Literasi dalam tataran tinggi adalah masyarakat yang memiliki kesadaran penuh, bisa mempertimbangkan, memilih, dan ikut mengkampanyekan literasi media ke masyarakat.

Kambing Hitam Media Sosial

Banyak orang menjadikan media sosial kambing hitam. Generasi sebelum media sosial mengatakan bahwa keresahan dan keterpurukan saat ini disebabkan media sosial. Mereka tidak sadar bahwa media sosial hanya sekadar alat saja untuk berkomunikasi. Seorang subjek penelitian mengatakan bahwa kesalahan tak terletak pada media sosial, tetapi pada para penggunanya. Filter apa pun yang dilihat hendaknya tidak langsung diikuti atau dipercaya.

Namun demikian, media sosial juga tetap mempunyai manfaat positif. Misalnya untuk menunjang kegiatan dakwah sebagaimana dapat dilakukan melalui Youtube. Selain itu, media sosial juga bisa mempererat ikatan kekeluargaan dan persahabatan, mempertemukan teman yang lama tidak bertemu, atau menambah ilmu pengetahuan.

Persoalannya, saat ini kita tidak dapat hidup tanpa media sosial. Sebagai bagian dampak perkembangan teknologi, foto *selfie* hanya salah satu gejala yang diakibatkan oleh media sosial. Jadi, menjadikan media sosial sebagai sumber keterpurukan tentunya tidak mutlak benar.

Berdasarkan pengamatan peneliti, seseorang yang tidak punya kesibukan dalam beberapa menit saja misalnya, akan selalu membuka media sosial. Jika tidak mengakses media sosial, mereka seolah merasa bingung dan resah. Karena itu, media sosial dapat dikatakan telah tumbuh menjadi candu masyarakat.

Dalam hal ini, kita diingatkan kepada buku Ryan Holiday (2013) yang berjudul *Trust Me I'm Lying* yang di dalamnya mengemukakan bagaimana kebohongan media terus dilakukan. Bahkan, ada banyak Blog yang disogok untuk menulis hal ini dan itu. Berita-berita dimanipulasi para jurnalis untuk menyebarkan kebohongan. Ryan Holiday, seorang praktisi media itu mengungkapkan pengalamannya secara detail dalam bukunya tersebut; ia membuka kotak pandora yang selama ini menyelimuti media.

Jika Holiday menyoroti media *mainstream* (cetak dan elektronik), maka media sosial juga sangat berpeluang besar untuk menyebarkan berita bohong. Bahkan apa yang dikatakan dalam media sosial sebaiknya dapat dipahami sebaliknya. Jika dalam media sosial berbicara A, sangat mungkin yang terjadi sesungguhnya adalah B. Oleh karena itu, media sosial merupakan wilayah individu di mana setiap orang secara bebas dapat mengedarkan

informasi. Berbeda dengan media *mainstream* yang mempunyai tingkat seleksi lebih ketat dibanding media sosial. Meskipun tidak ada jaminan, namun media *mainstream* tentu lebih objektif karena mengungkap fakta dari kepentingan berbagai pihak, sementara media sosial hanya mewakili individu dengan dukungan perasaan yang berlebihan.

Terhadap beredarnya foto *selfie*, hal ini memang tidak akan bisa terlepas dari keberadaan media sosial. Jika kemudian di masyarakat timbul penyakit sosiopat, tentu saja peranan media sosial tidaklah sedikit. Dengan kata lain, media memiliki andil besar dalam menciptakan sosiopat melalui gejala foto *selfie* yang semakin mewabah.

KESIMPULAN

Foto *selfie* telah memperkuat gejala *narsisme* di kalangan mahasiswa. *Narsisme* sendiri muncul sebagai dampak kemajuan teknologi komunikasi yang kian berkembang pesat. Meskipun *narsisme* tidak membahayakan, tetapi ia secara nyata telah mengubah sikap dan perilaku. Di sisi lain, *narsisme* yang kelewat batas telah memunculkan gejala penyakit sosial di masyarakat yang berkaitan dengan pengingkarnya sebagai makhluk sosial. Akibatnya, manusia menjadi sibuk dengan dunianya sendiri. Penyakit sosial akibat foto *selfie* ini bisa diatasi dengan gerakan literasi media dan masyarakat. Selama ini, literasi masih baru sebatas didengungkan dan belum menjadi wujud perilaku sehari-hari masyarakat, terutama di kalangan terdidik.

REFERENSI

- Anggraeni, Aisyah dan Hendrizal. (2018). "Pengaruh Penggunaan Gadget terhadap Kehidupan Sosial para Siswa SMA". *Jurnal PPKn & Hukum*, 13(1): 64-76.
- Bungin, M. Burhan. (2011). "Masyarakat Indonesia Kontemporer dalam Pusaran Komunikasi". *Jurnal Komunikasi*, 1(2): 125-136.
- Carpenter, C. J. (2012). Narcissism on Facebook: Self-Promotional and Anti-Social Behavior. *Personality and Individual Differences*, 52(4): 482-486.
- Gifary, Sharen dan Iis Kurnia. (2015). "Intensitas Penggunaan Smartphone terhadap Perilaku Komunikasi", *Jurnal Sositologi*, 14(2): 170-178.
- Goldberg, G. (2017). "Through the Looking Glass: The Queer Narcissism of Selfies". *Social Media + Society*, 3(1): 1-11.
- Griffiths, Mark D. and Janarthanan Balakrishnan. (2018). "The Psychosocial Impact of Excessive Selfie-Taking in Youth: A Brief Overview". *Education and Health*, 36(1): 3-6.
- Holiday, Ryan. (2012). *Trust Me, I'm Lying (Pengakuan Seorang Manipulator Media)*. Jakarta: Zaytuna Ufuk Abadi.

- Kaparang, Olivia M. (2013). "Analisa Gaya Hidup Remaja dalam Mengimitasi Budaya Pop Korea melalui Televisi". *Journal "Acta Diurna"*, 2(2): 1-15.
- Kela, Ritu, Nida Khan, Rashi Saraswat and Bisma Amin. (2017). "Selfie: Enjoyment or Addiction?". *JMSCR*, 5(1): 15836-15840.
- Kogoya, Dekinus. (2015). "Dampak Penggunaan Handphone pada Masyarakat: Studi Pada Masyarakat Desa Piungun Kecamatan Gamelia Kabupaten Lanny Jaya Papua". *e-journal "Acta Diurna"*, 4(4): 1-14.
- Lee, Raymond. L. (2016). "Diagnosing the Selfie: Pathology or Parody? Networking the Spectacle in Late Capitalism". *Third Text*, 30(3-4), 264-27.
- Mok, et al. (2014). "Latent Class Analysis on Internet and Smartphone Addiction in College Students". *Neuropsychiatric Disease and Treatment*, 10: 817-828.
- Mokalu, J. V. (2016). "Dampak Teknologi Smartphone terhadap Perilaku Orangtua di Desa Tourre Kecamatan Tompaso". *e-journal "Acta Diurna"*, 5(1): 1-9.
- Muflih, Hamzah Hamzah dan Wayan A. Puniawan. (2017). "Penggunaan Smartphone dan Interaksi Sosial pada remaja di SMA Negeri I Kalasan Sleman Yogyakarta". *Idea Nursing Journal*, 8(1): 12-18.
- Mulawarman dan Aldila Dyas Nurfitri. (2017). "Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan". *Buletin Psikologi*, 25(1): 36-44.
- Murray, Derek Conrad. (2015). "Notes to Self: The Visual Culture of Selfies in The Sge of Social Media". *Consumption Markets & Culture*, 18: 490-516.
- Nurudin. (2009). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Nurudin. (2013) "Media Sosial Baru dan Munculnya Revolusi Proses Komunikasi". *Jurnal Komunikator*, 5(4).
- Nurudin. (2016). *Motif Mahasiswa dalam Memanfaatkan Media Sosial Instagram* (Laporan Penelitian Block Grant). Malang: DPPM UMM.
- Nurudin. (2017). *Perkembangan Teknologi Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sella, Yessi Paradina. (2013). "Analisa Perilaku Imitasi Dikalangan Remaja Setelah Menonton Tayangan Drama Seri Korea di Indosiar (Studi Kasus Perumahan Pondok Karya Lestari Sei Kapih Samarinda)". *eJournal Ilmu Komunikasi*, 1(3): 66-80.
- Senft, T. M. and Nancy K. Baym. (2015). "What Does the Selfie Say? Investigating a Global Phenomenon". *International Journal of Communication*, 9: 1588-1606.
- Shah, Pankaj B. (2015). "Selfie – a New Generation Addiction Disorder – Literature Review and Updates". *International Journal of Emergency Mental Health and Human Resilience*, 17(3): 602.

Wade, N.J. (2014). "The first scientific 'selfie'?" *Perception*, 43(11): 1141–1144.

Wickel, Taylor M. (2015). "Narcissism and Social Networking Sites: The Act of Taking Selfies".
The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication, 6(1): 5-12.



Copyright (c) 2019 Nyimak Journal of Communication

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0