

**INSTAGRAM, KETIKA FOTO MENJADI MEDIATOR KOMUNIKASI
LINTAS BUDAYA DI DUNIA MAYA**

Daniel Kurniawan Salamoon, S.Sn'

UNIVERSITAS AIRLANGGA

**SURABAYA
2013**

ABSTRAK

Pada era informasi ini, semuanya menjadi serba yaitu serba murah, cepat, tepat, dan akurat. Teknologi Komunikasi mutakhir telah menciptakan apa yang disebut "publik dunia". Perkembangan teknologi komunikasi menjadi tidak terpisahkan dalam kehidupan manusia. Ditambah perkembangan internet, media-media komunikasi menjadi erat dalam hubungan dengan manusianya. Manusia menjadi lebih mudah berhubungan satu dengan yang lain. Sosial media menjadi berkembang untuk menjawab kebutuhan tersebut dan mengakibatkan perubahan proses komunikasi antar manusia. Instagram sebagai salah satu media sosial, muncul dengan memanfaatkan fitur kamera dalam *smartphone* yang kini menjadi hal yang wajar untuk dimiliki. Komunikasi menjadi komunikasi simbol berupa gambar atau foto.

INSTAGRAM, KETIKA FOTO MENJADI MEDIATOR KOMUNIKASI LINTAS BUDAYA DI DUNIA MAYA

LATAR BELAKANG MASALAH

Kehidupan manusia tidaklah pernah dalam kondisi statis. Dinamika kehidupan manusia merupakan perubahan yang tidak pernah bisa dihindari. Perubahan-perubahan tersebut merupakan proses adaptasi manusia terhadap pergerakan dari lingkungan sekitarnya. Salah satu bentuk adaptasi manusia adalah dengan menciptakan berbagai macam hal yang bertujuan mempermudah hidup mereka dan kita mengenalnya dengan teknologi. Mulai dari teknologi yang sederhana seperti pengungkit hingga perlengkapan canggih seperti telepon genggam dan GPS. Dalam kurun waktu 10 tahun terakhir ini, manusia menjadi tidak terpisahkan dengan keberadaan teknologi. Teknologi menjadi bagian dari kehidupan manusia dalam segala aspek, baik sosial, ekonomi, politik tidak dapat dipisahkan dari kemajuan teknologi. Dapat dikatakan bahwa teknologi kini menjadi sebuah kebutuhan manusia. Saat ini, bagi saya bukan hanya sebuah perubahan yang sedang terjadi, lebih lagi, saat ini merupakan jaman revolusi bagi teknologi dan informasi.

Pada era informasi ini, semuanya menjadi serba yaitu serba murah, cepat, tepat, dan akurat. Teknologi Komunikasi mutakhir telah menciptakan apa yang disebut "publik dunia". Bersamaan dengan perkembangan teknologi komunikasi ini, meningkat pula kecemasan tentang efek media massa terhadap masyarakat (khalayak). Di era globalisasi saat ini media massa mempunyai peranan penting dalam membentuk pola hidup masyarakat. Media menjadi patokan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi, terutama bagi masyarakat informasi, mereka dengan mudah dapat mengakses segala informasi yang mereka butuhkan.

Information society atau masyarakat informasi adalah sebuah istilah yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah masyarakat dan sebuah ekonomi yang dapat membuat kemungkinan terbaik dalam menggunakan informasi dan teknologi komunikasi baru (New Information and Communication Technologies (ICT's)). Dalam masyarakat informasi orang akan mendapatkan keuntungan yang penuh dari teknologi baru dalam segala aspek kehidupan; di tempat kerja, di rumah dan tempat bermain. (Webster, 2006). Contoh dari ICT's adalah ATM untuk penarikan tunai dan pelayan perbankan lainnya, telepon genggam (handphone), teletext television, faxes dan pelayan informasi seperti

internet, e-mail, *mailinglist*, serta komunitas maya (virtual community) dan lain-lainnya. Jadi dapat dikatakan bahwa pengolahan informasi adalah inti dari kegiatan. Teknologi baru ini memiliki implikasi untuk segala aspek dari masyarakat dan untuk kegiatan ekonomi, teknologi mengubah cara seseorang melakukan bisnis, bagaimana cara seseorang belajar, bagaimana menggunakan waktu luang dan lain sebagainya.

INTERNET DAN INTERAKSI VISUAL

Setelah penemuan komputer pada tahun 1960-an, tak terhindarkan terjadinya arus besar dalam perkembangan teknologi. Manusia dalam kehidupannya selalu mencari sesuatu yang lebih. Lebih baik, lebih cepat, lebih kuat sebagai wujud dari dirinya sebagai makhluk yang terus berevolusi untuk mempertahankan keberadaannya. Ketika di masa 1990-an, teknologi mencapai suatu titik dimana terjadi sebuah penemuan bernama Internet. Keberadaan Internet mampu menembus batas ruang dan waktu sehingga seolah ketika seseorang memiliki teknologi internet, maka dunia ada di tangannya. Internet begitu memukau dan berkembang menjadi sebuah teknologi yang tidak hanya mampu mentransmisikan berbagai informasi tapi seolah mampu menciptakan sebuah “dunia” sendiri. Ketika orang berada di depan perangkat computer yang terhubung dengan internet seolah berada di belahan dunia lain. Menjalani kehidupan disana secara temporer. Ketika ia mematikan internetnya, seolah dia kembali ke “duniannya”. Sayling Wen (2001) mengatakan bahwa sekarang ini yang terpenting dan paling luas adalah internet, yang menghubungkan komputer-komputer pribadi yang paling sederhana hingga yang super canggih. Kemajuan yang terjadi bukan sekedar pada kecanggihan *hardware* tetapi juga pada kerumitan *software*. Aplikasi *software* komunikasi dan kolaborasi koneksi digunakan untuk mendukung komunikasi, koordinasi dan kolaborasi dan kerumitan jaringan di internet. Kecanggihan ini diwujudkan dalam kemampuan internet untuk menulis pesan melalui email pada seseorang di Italia dari kita yang berasal dari Indonesia, atau melakukan percakapan (*chatting*) dengan seseorang dari Venezuela. Belum lagi kemampuannya mengirimkan informasi berupa suara dan gambar (*audio visual*).

Pertambahan kebutuhan akan Internet tidak berhenti sampai disitu saja. Perkembangan teknologi yang meliputi *hardware* maupun *software* yang ada mampu membuat internet menjadi bagian kehidupan manusia. Bukan lagi sekedar hal formal yang berurusan dengan bisnis atau pekerjaan tapi juga merambah hingga ke kebutuhan

sosial secara mendasar. Menyadari bahwa internet memiliki potensi demikian, maka manusia mulai terus mengembangkan internet tanpa batas. Kemampuan internet juga mendukung akan keberadaan ruang-ruang (forum) diskusi. Dari masalah politik hingga seksualitas bisa didiskusikan. Tidak ada lagi peraturan dan nilai-nilai etis yang akan diperdebatkan. (Bungin, 2006). Bila di awal tahun 1996-an orang-orang sangat kecanduan dengan teknologi *chatting*, dan ruang-ruang diskusi tersebut, maka kita ingat di awal 2002-an, dunia maya digemparkan oleh adanya Friendster. Sebuah program dimana orang memiliki laman sendiri yang berisi data diri, foto hingga hobi. Melalui Friendster, orang-orang bisa menampilkan dirinya di internet kepada orang lain. Berbeda dengan *chatting* yang hanya sebatas teks dan emoticon, Friendster menawarkan pengalaman baru dimana disini orang bisa berkenalan dengan “lengkap”. Kita bisa melihat laman seseorang demikian juga orang lain sebelum memutuskan untuk berteman dengannya atau tidak. Ketika sudah berteman, maka melalui Friendster dapat saling menulis di “*Wall*” masing-masing. Saya menggambarkan secara sederhana bahwa ketika *chatting* diibaratkan dengan surat kaleng, maka Friendster seolah kita bisa bertemu dengan orang lain yang ingin kita kenal. Meski pada prakteknya banyak yang menyembunyikan atau memalsukan identitasnya demi mendapat teman atau sekedar bisa populer. Perkembangan yang kini menduduki peringkat teratas adalah keberadaan Facebook dan Twitter dimana sekarang didukung dengan keberadaan perangkat-perangkat yang lebih canggih dan fleksibel. Bila dahulu orang mengakses internet dengan berada di depan sebuah computer yang besar, kini banyak pilihan bagi kita untuk dapat mengakses internet. Melalui telepon genggam, tablet maupun laptop yang lebih ringan dan murah, kita dapat menjangkau internet.

Internet saat ini telah berkembang sedemikian rupa menjadi sebuah teknologi yang mampu menciptakan dunia baru dalam realitas kehidupan manusia. Realitas ini bukan mistik atau khayalan tapi benar-benar realistis. Realistis ini bukanlah sebuah perpindahan secara fisik seseorang ke dalam internet. (Bungin, 2006). Tapi dengan kemampuan internet dalam menciptakan ruang-ruang maya yang amat cepat dalam kehidupan nyata, maka seseorang ketika berselancar di internet bukan lagi sedang “memakai” internet sebagai teknologi, tapi “memakai” internet seperti bagian dari kehidupannya. Contoh yang mudah adalah misalkan pada video conference. Target atau lawan bicara kita tidak ada di ruang dan waktu yang sama dengan kita, tetapi internet

mampu menghadirkan citranya dengan segala kelengkapannya di layar monitor kita sehingga seolah kita merasa bahwa lawan bicara kita ada bersama kita.

Baudillard pernah mengatakan bahwa ketika yang nyata tidak lagi seperti adanya; nostalgia menemukan maknanya yang sempurna. (Baudillard, 1981). Perkembangan teknologi dan informasi mutakhir saat ini telah mempengaruhi berbagai aspek dunia kehidupan sosial dan menimbulkan tantangan sendiri bagi masyarakat. Ketika dua atau beberapa orang berinteraksi melalui internet misalnya lewat *teleconference* atau sebuah forum diskusi di dunia maya maka yang tercipta disana bukan realitas sosial tetapi posrealitas sosial. Ketika teknologi belum seperti sekarang, kegiatan-kegiatan komunal, forum-forum diskusi diadakan dengan berkumpul di suatu tempat secara fisik. Kita memahami bahwa adanya kebutuhan untuk bertemu dan beraktivitas secara sosial karena manusia pada umumnya adalah makhluk sosial. Namun, di era ini, teknologi telah mematahkan pandangan tersebut. Ketika jarak dan waktu bukan lagi masalah, maka orang-orang dapat berkumpul secara komunal di ruang-ruang virtual yang berada di dunia maya. Kini relasi-relasi antar manusia sedang berkembang dan tercipta lewat peranan teknologi informasi. Realitas relasi manusia kini sedang menghadapi perlawanan dari bentuk-bentuk realitas tandingan seperti televisi, handphone termasuk internet, dimana realitas tandingan ini hadir secara bersamaan dengan realitas sosial yang sebenarnya sehingga mengaburkan batas di antara keduanya. (Piliang, 2009). Berbagai realitas yang terbentuk di jaringan ini telah menciptakan komunitas-komunitas baru yang kita sebut dengan Cybercommunity dimana di dalamnya terbangun bentuk-bentuk realitas virtual. Internet dalam hal ini berperan besar dalam menciptakan ruang-ruang imajiner dimana didalamnya setiap orang melakukan apa saja yang biasa dilakukan dalam kehidupan sosial sehari-hari dengan cara yang baru yaitu secara *virtual*.

MEDIA SOSIAL DAN PERUBAHAN MASYARAKAT

Akhir abad ke-20 dan memasuki abad ke-21 ditandai dengan perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi. Potensi internet dan telepon seluler untuk menyediakan akses ke informasi dan pengetahuan, dan rekor yang telah mereka catat untuk menyediakan cara-cara baru bagi orang-orang yang terpisah secara geografis untuk membentuk komunitas-komunitas berdasarkan ketertarikan akan hal yang sama, untuk berkomunikasi, dan membuat suara mereka didengar merupakan hal yang telah diakui

secara luas. Akses atas informasi melalui teknologi-teknologi komunikasi ini tetap merupakan prospek yang sulit tercapai meskipun tidak mustahil.

Untuk sebagian besar masyarakat di negara-negara berkembang, media adalah yang menyediakan informasi, perspektif, dan analisis yang memungkinkan mereka untuk memahami dunia mereka dan berperan serta sebagai bagian dari lingkungan mereka, hal ini menyediakan sebuah sarana penting untuk masyarakat yaitu membuat suara mereka terdengar serta menyediakan mekanisme-mekanisme untuk merumuskan identitas dan menciptakan ruangan-ruangan komunitas. Sebaliknya, media juga merupakan pihak yang paling berpengaruh dalam menciptakan bentuk-bentuk baru pembagian sosial dan politik dalam masyarakat, dalam depolitisasi debat publik, dalam 'membantu' berkembangnya ketegangan dan konflik antara negara-negara dan komunitas-komunitas.

Di tengah masih maraknya keberadaan media-media konvensional seperti televisi, Koran maupun radio kini masyarakat berada di tengah arus perubahan yang deras dengan keberadaan media-media sosial. Media sosial merupakan sebuah web berbasis pelayanan yang memungkinkan penggunanya untuk membuat profil, melihat list pengguna yang tersedia, serta mengundang atau menerima teman untuk bergabung dalam situs tersebut. Hubungan antara perangkat mobile dan halaman web internet melalui "jaringan sosial" telah menjadi standar dalam komunikasi digital. Awal mula situs jejaring sosial ini muncul pada tahun 1997 dengan beberapa situs yang lahir berbasiskan kepercayaan setelah itu kejayaan situs jejaring sosial mulai diminati mulai dari tahun 2000-an serta 2004 muncul situs pertemanan bernama Friendster lanjut ke tahun-tahun berikutnya tahun 2005 dan seterusnya muncul situs-situs seperti MySpace, Facebook, Twitter dan lain-lain. (Boyd, 2007).

Keunggulan dari media-media sosial adalah tingkat interaksi yang tinggi antar pengguna yang saling memiliki koneksi. Dimana pengguna bisa saling mengirim komentar terhadap *posting* milik temannya atau langsung *chatting* serta mengirim pesan seperti *email*. Kemampuan media sosial yang sedemikian ini dilihat oleh kapitalisme sebagai peluang dalam menciptakan kebutuhan di masyarakat. Contoh mudah adalah keberadaan *smartphone* yang kini sangat menjamur dimana-mana. Bila dahulu telepon genggam memiliki fungsi hanya untuk menelepon dan mengirim teks (SMS), kini telepon genggam berfungsi juga sebagai alat komunikasi, kamera, pemutar video dan music hingga menjadi media yang menghubungkan orang-orang dengan internet. Akibatnya, kini bermunculan telepon genggam dengan istilah *smartphone*

dimana produk ini berkembang dengan cepat di 4-5 tahun terakhir ini. Sebagai efek lanjutannya, kini masyarakat menjadi sangat bergantung pada teknologi *smartphone* yang bukan hanya sekedar bisa menelepon dan mengirim pesan tetapi juga mengakses media sosial, berita, hingga *email* melalui teknologi internet yang terimplementasi di dalamnya. Sehingga keberadaan *smartphone* menciptakan ruang maya yang makin luas dimana kini setiap orang makin mudah mengakses dunia maya melalui *smartphone*. Kejelian kapitalis-kapitalis terlihat jelas disini dimana kini *smartphone* dapat dibeli dengan harga yang relative murah. Kebutuhan akan akses dan eksis di dunia maya inilah yang menjadi komoditas utama yang dijual. Kebutuhan akan teknologi yang mampu berkoneksi dengan internet inilah yang menjadi jualan utama dari para kapitalis di media komunikasi khususnya telepon genggam. Sehingga internet kini “tercipta” sebagai sebuah kebutuhan yang tidak bisa dihindari oleh masyarakat.

Ketika masyarakat memasuki era seperti ini, yang disebut juga era post-modernisme, dimana era ini yang namanya keinginan dan kebutuhan telah menjadi sesuatu yang baur, tidak cair, tidak jelas dan makin sulit dibedakan (Suyanto, 2013). Di era ini, adalah hal yang biasa ketika masyarakat membeli barang atau jasa bukan karena nilai manfaatnya tetapi karena kebutuhan akan gaya hidup. Hal ini tentu merupakan sebuah perubahan yang radikal karena dahulu masyarakat sangat erat dengan semboyan bahwa kebutuhan utama manusia adalah sandang, pangan dan papan. Sekarang, masyarakat sedang ada dalam kondisi yang dibentuk kebutuhannya oleh para kapitalis. Di era ini, masyarakat mengonsumsi sesuatu lebih didorong faktor-faktor seperti gengsi dan harga diri bukan karena kebutuhan untuk mempertahankan hidupnya. Perubahan ini menciptakan bukan hanya kebutuhan-kebutuhan baru secara fisik tetapi juga kebutuhan-kebutuhan psikis seperti rasa ingin dihargai, keinginan untuk terlihat eksis dan sebagainya. Sehingga dari kondisi ini, status sosial pun berubah cara pandangnya.

INSTAGRAM DAN EKSISTENSI DIRI

Di era post-modernitas ini, ciri masyarakat yang cukup menonjol adalah perasaan ketinggalan jaman dan minder bila tidak memiliki dan membeli produk terbaru yang dipersepsi sebagai bagian dari identitas status masyarakat. Mereka seolah ditekan oleh kebutuhan terus menerus untuk selalu menunjukkan gaya hidup sesuai perkembangan jaman. Dalam pandangan Baudillard, yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah

tanda dibanding komoditas itu sendiri. Artinya bahwa komoditas tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya melainkan berdasarkan apa yang dimaknai masyarakat.

Salah satu contoh mudah, melanjutkan penjelasan diatas adalah keberadaan *smartphone* saat ini. Jikadiperhatikan berbagai jenis *smartphone* yang beredar di masyarakat saat ini menawarkan fungsi (yang menurut saya tidak ada hubungannya dengan alat komunikasi) adalah adanya kamera. Mulai dari ukuran *pixel* terkecil hingga kamera yang dilengkapi dengan lampu kilat. Dari sini, terlihat bahwa apa yang dikonsumsi oleh masyarakat bukanlah objek melainkan tanda bahwa telepon genggamnya memiliki kelebihan yaitu adanya kamera. Disini kapitalis mengambil alih pandangan bahwa hal itu tidak penting dengan segera mengakomodirnya menjadi sebuah media. Kapitalisme menciptakan media sekaligus mengubah pola masyarakat terhadap penggunaan telepon genggamnya. Media yang saya maksud adalah **Instagram**. Media sosial ini diciptakan sehingga para pemilik *smartphone* akan merasa bahwa kamera yang terpasang di *gadget*nya tidak sia-sia. **Instagram** adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peralatan bergerak. Instagram dapat digunakan di iPhone, iPad atau iPod Touch versi apapun dengan sistem operasi iOS 3.1.2 atau yang terbaru dan telepon kamera Android apapun dengan sistem operasi 2.2 (Froyo) atau yang terbaru. Aplikasi ini tersebar melalui Apple App Store dan Google Play. (Frommer, 2010)

Berdiri pada tahun 2010 perusahaan Burbn, Inc., merupakan sebuah teknologi startup yang hanya berfokus kepada pengembangan aplikasi untuk telepon genggam. Pada awalnya Burbn, Inc. sendiri memiliki fokus yang terlalu banyak di dalam HTML5 *mobile*, namun kedua CEO, Kevin Systrom dan juga Mike Krieger, memutuskan untuk lebih fokus pada satu hal saja. Setelah satu minggu mereka mencoba untuk membuat sebuah ide yang bagus, pada akhirnya mereka membuat sebuah versi pertama dari Burbn, namun di dalamnya masih ada beberapa hal yang belum sempurna. Versi Burbn yang sudah final, aplikasi yang sudah dapat digunakan di dalam iPhone, yang dimana isinya terlalu banyak dengan fitur-fitur. Sulit bagi Kevin Systrom dan Mike Krieger untuk mengurangi fitur-fitur yang ada, dan memulai lagi dari

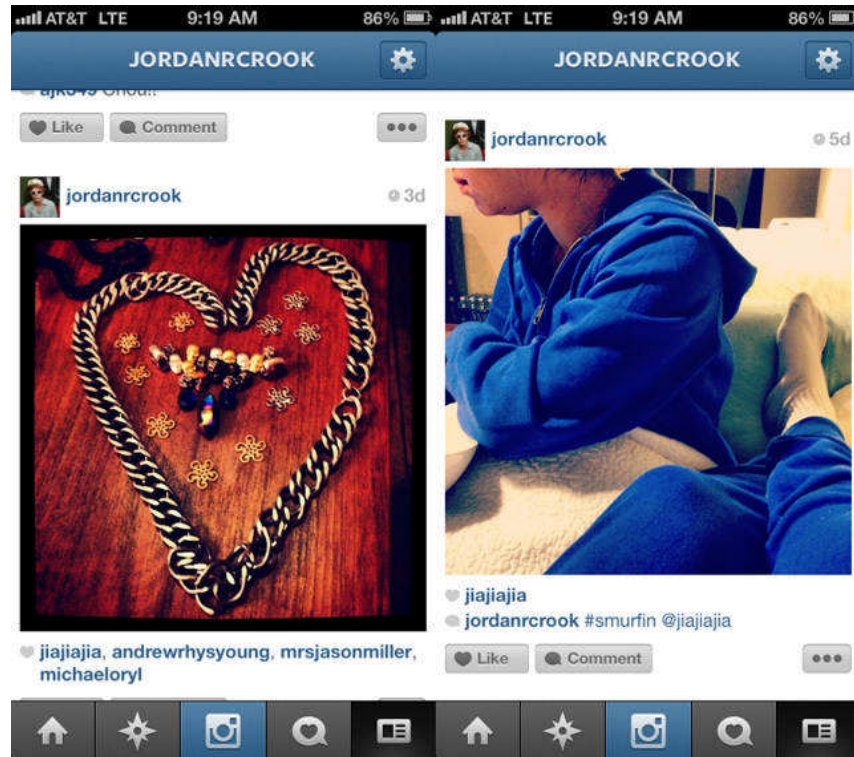
awal, namun akhirnya mereka hanya memfokuskan pada bagian foto, komentar, dan juga kemampuan untuk menyukai sebuah foto. Itulah yang akhirnya menjadi **Instagram**.



Instagram

Logo Instagram

Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Selain itu, Instagram juga dapat terkoneksi langsung dengan aplikasi sosial media yang lain seperti Twitter dan Facebook. Instagram juga mampu melakukan proses edit terhadap foto sebelum diunggah ke jaringan. Foto-foto yang akan diunggah melalui Instagram tidak terbatas atas jumlah tertentu, melainkan Instagram memiliki keterbatasan ukuran untuk foto. Ukuran yang digunakan di dalam Instagram adalah dengan rasio 3:2 atau hanya sebatas berbentuk persegi saja. Para pengguna hanya dapat mengunggah foto dengan format itu saja, atau harus menyunting foto tersebut dulu untuk menyesuaikan format yang ada. Setelah para pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah di dalam Instagram, maka pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.



Tampilan interface Instagram

Pada versi awalnya, Instagram memiliki 15 efek-efek yang dapat digunakan oleh para pengguna pada saat mereka hendak menyunting sebuah foto. Efek tersebut terdiri dari: X-Pro II, Lomo-fi, Earlybird, Sutro, Toaster, Brannan, Inkwel, Walden, Hefe, Apollo, Poprocket, Nashville, Gotham, 1977, dan Lord Kelvin. Namun tepat pada tanggal 20 September 2012 yang lalu Instagram telah menambahkan 4 buah efek terbaru yaitu; Valencia, Amaro, Rise, Hudson dan telah menghapus 3 efek, Apollo, Poprocket, dan Gotham dari dalam fitur tersebut. Di dalam pengaplikasian efek sekalipun para pengguna juga dapat menghilangkan bingkai-bingkai foto yang sudah termasuk di dalam efek tersebut. Fitur lainnya yang ada pada bagian penyuntingan adalah *Tilt-Shift*. *Tilt-shift* ini, sama fungsinya dengan efek kamera melalui instagram, yaitu untuk memfokuskan satu titik pada sebuah foto, dan sekelilingnya menjadi buram. Dalam penggunaannya aplikasi Tilt-Shift memiliki 2 bentuk, yaitu persegi panjang dan juga bulat. Kedua bentuk tersebut dapat diatur besar dan kecilnya, juga titik fokus yang diinginkan. Tilt-shift juga mengatur rupa foto disekeliling titik fokus tersebut, sehingga para pengguna dapat mengatur tingkat buram pada sekeliling titik fokus di dalam foto tersebut.



Tampilan interface Instagram

Sekilas, mirip seperti aplikasi Facebook dimana kita bisa melakukan *upload* foto-foto dan memberi komentar. Yang menjadi perbedaan adalah, *Instagram* sangat fokus pada tujuannya untuk menjadi mediator komunikasi melalui gambar atau foto. Melalui aplikasi ini, pengguna “dituntut” untuk memaksimalkan fitur kamera pada *gadgetnya* dengan maksimal. Pengguna hanya tinggal melakukan pemotretan, melakukan koneksi dengan aplikasi ini dan mengedit bila perlu untuk kemudian *upload* ke server *Instagram*. Foto yang telah *upload* otomatis *share* kepada *follower* sekaligus server pusat. Setiap orang dapat “berkomunikasi” dengan foto. Ini adalah bentuk komunikasi yang baru dimana komunikasi tidak lagi berupa verbal tapi juga dalam bentuk gambar. Komunikasi di era *cyber* merupakan komunikasi yang berdasar pada pemaknaan interpretative orang-orang terhadap simbol-simbol yang berkeliaran didalamnya.

Mead menjelaskan dalam teori Interaksi Simbolik. Teori ini berbicara mengenai hubungan antara simbol-simbol dan interaksi yang terjadi dalam hubungan antar manusia. Teori ini berpijak tentang diri dan hubungannya dalam lingkungan sosial. Bagi perspektif ini, individu bersifat aktif, reflektif, dan kreatif, menafsirkan, menampilkan perilaku yang rumit dan sulit diramalkan. Paham ini menolak gagasan bahwa individu adalah organisme yang pasif yang perilakunya ditentukan oleh kekuatan-kekuatan atau struktur yang ada diluar dirinya. Oleh karena individu terus berubah maka masyarakat pun berubah melalui interaksi. Jadi interaksi lah yang dianggap sebagai *variable* penting

yang menentukan perilaku manusia bukan struktur masyarakat. (Ahmadi, 2008). Berbicara mengenai aplikasi ini, foto adalah tanda dan simbol. Tanda yang menggambarkan mengenai visual yang terlihat pada foto tersebut. Dalam buku *Design Basics*, Lauer menjelaskan bahwa tanda visual merupakan sekumpulan elemen dengan makna tertentu. Sebuah gambar terbentuk dari elemen-elemen yang variatif dan terkomposisi sedemikian rupa sehingga membentuk persepsi pada orang yang melihatnya. (Lauer, 2008).

Aplikasi Instagram yang berbasis pada foto merupakan bentuk komunikasi baru yang didominasi oleh gambar atau visual. Baudillard mendeskripsikan dunia post-modern sebagai dunia yang dicirikan oleh simulasi. (Baudillard J. , *Simulations*, 1983). Aplikasi Instagram membuat peleburan dalam tanda antar penggunanya. Ketika seseorang melakukan aktivitas berupa *comment* atau *like* terhadap suatu foto yang terunggah di aplikasi tersebut, maka orang tersebut sedang berinteraksi dengan foto yang ada.

KESIMPULAN

Perkembangan media informasi dan munculnya media-media sosial dalam berbagai bentuknya membuat perubahan yang radikal dalam kondisi sosial masyarakat saat ini. Pola komunikasi berubah menjadi pola komunikasi maya dan virtual. Interaksi yang terjadi merupakan simulasi-simulasi dari realitas yang sebenarnya. Keberadaan Instagram membuat masyarakat kini memiliki pola komunikasi visual dengan media yang diatur kapitalisme untuk menciptakan kondisi yang stabil seperti yang “dibutuhkan” masyarakat. Pada prinsipnya, manusia diberkahi kemampuan untuk berpikir dimana kemampuan ini dibentuk dari interaksi sosial. Dalam interaksi sosial orang mempelajari simbol-simbol yang memungkinkan. Pemaknaan terhadap simbol-simbol ini memungkinkan orang melaksanakan tindakan dan interaksi manusia yang khas. Orang mampu memodifikasi atau mengubah makna-makna dan simbol-simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan penafsiran atas sebuah situasi. (Ritzer, 2012). Sebagai makhluk sosial, manusia akan terus berinteraksi dengan sekitarnya. Proses sosialisasi ini adalah proses yang dinamis dan memungkinkan orang untuk terus berpikir dan berkembang.

Daftar Referensi

Ahmadi, D. (2008). Interaksi Simbolik : Suatu Pengantar. *MediaTor*, 301-315.

- Ang, C. S. (2010). Social Roles of Player in MMORPG Guilds. *Information, Communication and Society*, 592-614.
- Baudillard, J. (1983). *Simulations*. New York.
- Baudillard, J. (1990). *Seduction*. New York: St. Martins Press.
- Baudillard, J. P. (2009). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Boyd, M. D. (2007). Social Networks Sites : Definition, History and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Diradametha, N. (2009). *Pembentukan Identitas Pada Komunitas Virtual : Studi kasus komunitas Virtual ArchAngel*. Skripsi tidak dipublikasikan.
- Frommer, D. (2010, November 1). *Here's How To Use Instagram*. Retrieved May 20, 2011, from Business Insider: www.businessinsider.com
- Holmes, D. (2012). *Teori Komunikasi : Media, Teknologi dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Lauer, D. A. (2008). *Design Basics*. Boston: Thomson Wadsworth.
- Piliang, Y. A. (2009). *Posrealitas : Realitas Kebudayaan Dalam Era Posmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Suyanto, B. (2013). *Sosiologi Ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Webster, F. (2006). *Theories of The Information Society*. New York: Routledge.