

FOTOGRAFI, PARIWISATA, DAN MEDIA AKTUALISASI DIRI

Tendi Antopani

Program Studi Tata Kelola Seni, Program Pascasarjana ISI Yogyakarta
Jalan Suryodiningratan No. 8, Yogyakarta
Telp. (0274)419791, No. HP. 08562588869, E-mail: tendskopkent@gmail.com

Abstrak

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang tidak lepas dari orang yang ada di sekitarnya. Hal tersebut mempengaruhi gaya hidup seseorang. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan masyarakat, yang didalamnya terkandung nilai-nilai seperti strata sosial, pencitraan, dan aktualisasi diri yang semua itu demi pencarian identitas baru. Seperti halnya melakukan perjalanan wisata pada saat ini merupakan kebutuhan bagi sebagian orang. Perjalanan wisata tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan kepuasan semata, tetapi menjadi sebuah keharusan dan menjadi penting karena aktivitas tersebut melibatkan banyak hal yang ingin dicapai untuk menunjukkan eksistensi diri. Dorongan seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri yang tidak terlepas dari berkembangnya teknologi dan informasi saat ini. Sejak ditemukan teknologi fotografi, aktivitas pariwisata terkait erat dengan dokumentasi sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata.

Kata kunci: fotografi, pariwisata, gaya hidup, media aktualisasi diri

Abstract

Photography, Tourism, and Self-Actualitation Media. Humans are essentially social beings that cannot be separated from those that exist in their neighborhood. It affects a person's lifestyle. Lifestyle is bounded closely with the development of society, that it contains values such as social strata, imaging, and self-actualization are all for the sake of search of new identities. Traveling at this time is a necessity for some people. Sightseeing trips not only for the needs of satisfaction, but it becomes a necessity and is important because these activities involve a lot of things to be achieved to demonstrate the existence of self. Urge someone to show the existence of self that is inseparable from the development of technology and information today. Since the discovery of technology of photography, tourism activity is closely related to documentation as a tool for remembering traveling events.

Keywords: photography, tourism, lifestyle, self-actualization media

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia fotografi dari waktu ke waktu mengikuti kemajuan zaman dan teknologi. Sejak ditemukan kamera *obscura* hingga kamera digital dengan berbagai keunggulan, dari film *seluloid* hingga film negatif infra merah, terindikasi bahwa dunia fotografi selalu mengikuti perkembangan teknologi dalam waktu yang relatif cepat

dan berkembang sebagai dunia teknologi tersendiri. Perkembangan dunia fotografi tidak hanya meliputi peranti keras (kamera, lensa, *memori card*, dan aksesoris lain) dan peranti lunak (*software*), tetapi juga dalam hal proses penciptaannya pun ikut berkembang.

Pada hakikatnya fotografi bersifat dokumentatif yang dalam istilah fotografi dikenal dengan sebutan fotografi dokumenter

karena hasil rekamnya berasal dari realitas yang ada, baik itu berupa benda mati maupun makhluk hidup. Fotografi dokumenter dianggap salah satu cabang dekat dari fotografi jurnalistik, namun ada juga yang menganggapnya sebagai genre tersendiri. Keduanya meliputi kegiatan mengumpulkan, mengedit, dan menyajikan materi peristiwa. Dalam fotografi dokumenter, cerita disajikan melalui serangkaian foto yang dalam jurnalistik disebut *photo stories*.

Fotografi dokumenter bisa menjadi bagian dari fotografi jurnalistik profesional dan bisa juga menjadi bagian dari pendekatan fotografi amatir, artistik, dan akademik. Topik utama yang sering diangkat adalah masalah sosial dan tragedi dalam kehidupan.

Pada mulanya fotografi dokumenter banyak yang mengangkat tema berkaitan dengan isu-isu kontroversial. Namun, dalam perkembangannya fotografi dokumenter juga mengambil topik lain yang kadang cukup sederhana, berasal dari kehidupan sehari-hari masyarakat, keluarga, orang yang dicintai, hingga budaya.

Fotografer berusaha menampilkan dengan lebih dekat hal-hal yang mereka temukan di dunia mereka. Subjek pemotretan sebagian besar manusia dalam hubungannya dengan manusia lain ataupun lingkungannya.

Pada kenyataannya kehadiran karya fotografi tidak saja bersifat dokumentatif, namun kemudian berkembang karena adanya tuntutan dan perkembangan zaman. Berdasarkan subjek yang ditampilkan, karya fotografi memiliki bentuk yang berbeda dan terklasifikasi dalam tiga subdisiplin, yaitu *genre* fotografi komersial, jurnalistik, dan fotografi seni/ekspresi (Soedjono, 2009:27). Masing-masing genre memiliki varian yang mewakili kompleksitas subjek fotografi yang diembannya

sebagai bagian dari seni visual.

Foto atau gambar merupakan hasil dari aktivitas fotografi (Markow, 1999:12). Aktivitas ini dapat digolongkan sesuai fungsi dan tujuannya menjadi: (1) Fotografi dokumenter. Fotografi digunakan untuk merekam peristiwa yang dianggap penting oleh si pemotret. Fotografi dokumentasi lebih mementingkan terekamnya peristiwa daripada keharusan untuk menerapkan prinsip-prinsip estetika dalam sebuah foto; (2) Foto jurnalistik. Fotografi jurnalistik seringkali juga disebut *press photo* atau foto berita. Foto ini biasanya memberitakan suatu peristiwa yang sedang terjadi dalam masyarakat dan dibuat sesuai dengan keadaan sebenarnya tanpa manipulasi; dan (3) Fotografi periklanan. Fotografi periklanan merupakan salah satu cabang dari fotografi profesional yang lebih banyak berfungsi untuk memenuhi kebutuhan industri dalam periklanan sebagai pengganti ilustrasi dari gambar tangan.

Pendapat yang hampir sama juga diungkapkan oleh Arbain Rambey (*Kompas*, 2010:3). Fotografi sesungguhnya terbagi dalam dua ranah, yaitu ranah objektif dan ranah subjektif. Fotografi dalam ranah objektif adalah foto-foto yang tampil sesuai dengan kebutuhan bersama antara pemotret dan yang melihat foto itu. Yang masuk dalam kategori ini adalah foto jurnalistik dan fotografi komersial (foto industri/foto komersial). Foto jenis ini biasanya berfungsi memberitakan suatu peristiwa yang sedang terjadi dalam masyarakat yang dibuat sesuai dengan keadaan sebenarnya tanpa manipulasi. Adapun fotografi subjektif adalah fotografi seni yang semata-mata hanya untuk memenuhi hasrat estetis seorang fotografer dengan media fotografi. Dalam fotografi seni, foto yang dihasilkan akan diterima orang atau tidak, bukanlah masalah, yang terpenting

dalam konteks ini adalah bagaimana pemotret dapat menyalurkan cita rasa estetikanya melalui bahasa fotografi. Foto seni merupakan refleksi atau ungkapan keindahan seorang fotografer yang hendak diwujudkan melalui foto dengan bentuk atau efek tertentu.

Perkembangan teknologi dalam dunia fotografi diterima dengan tangan terbuka, baik oleh pecinta fotografi profesional, amatir, dan bahkan oleh masyarakat awam sekali pun. Terbukti masyarakat yang dulunya hanya penikmat produk fotografi, sekarang justru bisa menjadi penikmat sekaligus pelaku bidang fotografi, yaitu dalam hal menghasilkan gambar atau foto.

Masyarakat awam menganggap aktivitas fotografi menjadi suatu pekerjaan yang sulit dan membutuhkan biaya yang mahal, namun pada masa sekarang aktivitas fotografi merupakan pekerjaan yang mudah dan murah. Tidak dapat dipungkiri bahwa dulunya aktivitas fotografi merupakan aktivitas yang hanya dapat dilakukan oleh segelintir orang karena untuk bisa menguasai kamera dibutuhkan keterampilan khusus dan waktu yang lama. Selain itu, juga karena prosesnya rumit dan membutuhkan biaya yang relatif mahal. Oleh karena itu, zaman dulu tidak semua orang bisa melakukan pekerjaan seorang fotografer.

Perkembangan teknologi memudahkan seseorang untuk menjadi fotografer. Dengan didukung oleh peralatan dan *gadget* yang serba canggih dan semakin pintar dari hari ke hari, siapa saja bisa melakukan aktivitas fotografi, di mana pun, kapan pun, dan dalam kondisi apa pun. Selain itu, aktivitas fotografi tidak lagi mengenal batasan umur, pendidikan, jenis kelamin, bahkan status sosial. Perkembangan dunia fotografi saat ini telah mengubah pola kehidupan manusia. Pada zaman dahulu aktivitas

fotografi adalah hobi dan profesi, sekarang ini aktivitas fotografi merupakan *lifestyle* (gaya hidup). Hampir setiap manusia mempunyai keinginan untuk memiliki kamera sama besarnya dengan keinginan seseorang memiliki *handphone* (Kompas, 2009:5). Aktivitas fotografi saat ini sangat erat hubungannya dengan gaya hidup di kalangan masyarakat modern karena di dalamnya terkandung nilai-nilai seperti strata sosial, pencitraan, dan aktualisasi diri yang semuanya itu demi pencarian identitas baru. Proses terbentuknya gaya hidup ini tidak lepas dari adanya pengaruh informasi yang disuguhkan berbagai media massa seperti majalah, koran, televisi, dan internet.

Masyarakat modern sudah tidak asing dengan aktivitas fotografi yang menjadi bagian dari kegiatan mereka, untuk mengabadikan suatu peristiwa, keadaan, atau objek benda tertentu. Kegiatan ini menjadi suatu hal yang lumrah dan diapresiasi banyak orang. Terbukti dengan makin banyaknya orang memiliki kamera. Memotret atau mengambil gambar untuk diabadikan merupakan bagian dari kegiatan manusia saat ini. Kemajuan bidang teknologi khususnya teknologi digital berkembang sangat pesat sehingga aktivitas fotografi menjadi milik semua orang. Hal ini dibuktikan dengan masyarakat awam yang begitu mudah melakukan kegiatan memotret apa pun menggunakan kamera *handphone* atau kamera saku digital.

Perkembangan dunia teknologi dan informasi khususnya bidang fotografi ini sangat berpengaruh dalam bidang-bidang lain. Salah satunya adalah bidang industri pariwisata. Fotografi dalam bidang pariwisata mempunyai peranan penting baik bagi pelaku pariwisata, dalam hal ini tentunya pemerintah yang menangani khusus kepariwisataan, maupun pihak

swasta. Keberadaan fotografi bagi para pelaku pariwisata tentunya untuk kebutuhan publikasi atau promosi objek pariwisata karena fotografi dianggap sanggup untuk merepresentasikan keindahan dari objek wisata yang ada sesuai dengan aslinya. Selain itu, fotografi juga sangat erat hubungannya dengan wisatawan atau orang yang melakukan perjalanan wisata. Bagi para wisatawan, foto merupakan hal yang wajib ketika sedang melakukan perjalanan wisata karena selain sebagai suvenir, foto juga menjadi arsip pribadi dan bahkan sebagai ajang untuk pamer kepada orang lain. Terlebih lagi pada saat ini dengan dukungan media sosial, foto-foto perjalanan bisa langsung dipublikasikan ke orang lain untuk berinteraksi dan sebagai ajang unjuk gigi dengan sesama pengguna media tersebut.

FOTOGRAFI DAN PARIWISATA

Pariwisata dalam arti modern merupakan fenomena zaman sekarang berdasarkan atas kebutuhan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam serta pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, perdagangan, dan penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan (Freuler dalam Yoeti, 1996: 115).

Pada masa sebelumnya, berwisata merupakan sebuah perjalanan untuk melepaskan diri dari segala aktivitas dan rutinitas kesibukan sehari-hari. Seiring dengan berjalannya waktu, berwisata saat ini merupakan sebuah keharusan bagi kebanyakan orang untuk menunjukkan eksistensi diri. Dorongan seseorang untuk menunjukkan eksistensi diri yang tidak terlepas dari berkembangnya teknologi dan informasi saat ini.

Berwisata adalah untuk bersenang-senang. Hal itu merupakan sebuah konsepsi perilaku wisatawan. Berwisata adalah untuk melihat keadaan di tempat-tempat lain dan untuk melihat kondisi orang lain. Selain itu, juga merupakan cara untuk mendapatkan kesempatan melaksanakan ide-ide dalam pikiran sebagai ekspresi diri dalam mencari kenikmatan (Peiper, 1952:112). Inti dari pandangan tentang perilaku wisatawan ini adalah bahwa secara umum berwisata adalah merangkum berbagai kegiatan sebagai perilaku yang ditentukan oleh persepsinya sendiri.

Sejak ditemukan teknologi fotografi, aktivitas pariwisata tidak lepas dari dokumentasi sebagai suatu sarana untuk mengenang peristiwa wisata. Foto/gambar merupakan produk dari aktivitas fotografi. Foto merupakan karya seni yang tidak terlepas dari nilai-nilai dan kaidah estetika seperti halnya karya seni lain. Menurut Soedjono (2007:5), estetika fotografi terbagi menjadi dua penilaian, yaitu estetika secara ide dan estetika secara teknis dalam proses perwujudannya.

Dalam konteks fotografi hal ini terlihat bagaimana manusia menyikapi setiap fenomena yang ada di lingkungan sekitar yang nantinya menjadi bentuk kejadian yang bernilai historis.

Aktivitas fotografi tentu juga memerlukan konsep perancangan yang bermula dari ide dasar yang berkembang menjadi implementasi praksis yang memerlukan dukungan peralatan dan teknik dalam mewujudkan kreasinya (Soedjono, 2007:14). Untuk kepentingan dokumentasi, yang perlu diperhitungkan adalah bagaimana teknik fotografi dapat merepresentasikan objek visual dan untuk dijadikan bukti atau kesaksian suatu kejadian nyata secara meyakinkan.

Gambar atau foto menginformasikan banyak hal yang merekam peradaban yang menjadi latar waktu dan latar tempat. Foto

dapat mengidentifikasi kapan peristiwa terjadi, siapa pelakunya, dan di mana kejadiannya. Peradaban lain seperti teknologi, lingkungan, dan benda-benda lain yang terekam dalam foto mengisyaratkan pada masa tertentu. Fotografi pariwisata pada era tahun 60-an misalnya, menginformasikan kemajuan bidang transportasi yang terekam melalui gambar/foto bendi atau kereta kuda. Pada era 70-an foto-foto pariwisata menginformasikan perkembangan *fashion* para wisatawan dalam foto tersebut dengan baju dan celana ala Elvis Presley yang terkenal pada saat itu, sedangkan foto-foto wisata remaja pada era 80-an dengan dandanan *retro* dan kostum *breakdance*.

Aktivitas fotografi dan berwisata pada saat ini merupakan satu paket perilaku manusia modern dalam hal pemenuhan kebutuhan dan rekreasi diri sekaligus untuk menunjukkan eksistensi diri di mata orang lain. Teori perilaku berpandangan bahwa dalam bertindak orang memerlukan pemahaman-pemahaman untuk bersikap, yaitu ditentukan oleh hal-hal subjektif dari persepsinya (Ajzen, 1988:8).

Perilaku mengabadikan suatu peristiwa yang dialami dalam sebuah perjalanan wisata diikuti oleh perilaku mengabadikan diri sendiri di mana pun seseorang berada, dengan tujuan untuk memberitahukan kepada khalayak tentang segala hal yang sedang dilakukan. Perilaku semacam ini menjadi semakin umum dari waktu ke waktu. Ditunjang oleh sejumlah media sosial seperti *facebook*, *twitter*, dan *tumblr*, yang menjadi bagian dari gaya hidup manusia modern.

Saat ini kegiatan berwisata sekaligus merupakan ajang untuk menunjukkan eksistensi seseorang. Sebelumnya, orang telah sadar akan pentingnya dokumen visual atau foto dalam berwisata. Wisatawan selalu membuat foto di

lokasi wisata tertentu sebagai bukti kunjungan dan kenang-kenangan. Perilaku wisatawan melalui media sosial adalah cerminan budaya visual yang fenomenal pada era media sosial saat ini. Wisatawan saat ini rajin mengunggah foto-foto selama kunjungan wisata melalui media sosial. Meskipun pada awalnya hal ini merupakan ekspresi diri atau cerminan suasana hati, secara fungsional sebenarnya penuh makna informatif. Contohnya seseorang yang berada di lokasi wisata tertentu bisa langsung menginformasikan apa yang ada di lokasi tersebut sesuai suasana hati dan lingkungannya, seperti suasana lokasi, keindahan lokasi, kengerian lokasi, kenyamanan, kegembiraan, kekurangnyamanan, bersih, dan kotor. Semua bisa disampaikan kepada publik secara langsung, tentang apa yang terjadi di tempat wisata tersebut melalui media sosial dan orang lain yang melihat fotonya bisa langsung berkomentar atau merespons saat itu juga.

FOTOGRAFI SEBAGAI MEDIA AKTUALISASI DIRI DAN GAYA HIDUP

Gaya hidup (*lifestyle*) secara sosiologis dengan pengertian terbatas merujuk pada gaya hidup khas suatu kelompok tertentu (Featherstone, 2001:108). Dalam masyarakat modern, gaya hidup (*lifestyle*) membantu mendefinisikan sikap, nilai-nilai, kekayaan, dan posisi sosial seseorang (Chaney, 2004:20). Dalam masyarakat modern, istilah ini mengonotasikan individualisme, ekspresi diri, dan kesadaran diri untuk bergaya. Tubuh, busana, cara bicara, hiburan saat waktu luang, pilihan makanan dan minuman, rumah, kendaraan, bahkan pilihan sumber informasi, dan seterusnya dipandang sebagai indikator dari individualistis selera dan rasa gaya dari seseorang.

Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka, seperti aktivitas, apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya atau ketertarikan, dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya. Gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat lain. Bahkan dari masa ke masa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Namun, gaya hidup tidak cepat berubah sehingga pada kurun waktu tertentu gaya hidup relatif permanen.

Gaya hidup pada dasarnya merupakan suatu perilaku yang mencerminkan masalah apa yang sebenarnya yang ada dalam alam pikir seseorang yang cenderung berbaur dengan berbagai hal yang terkait dengan masalah emosi dan psikologis. Menurut Well & Tigert dalam Susanto (<http://www.jakartaconsulting.com/art-01-11.htm>, diakses pada 12 april 2015 pukul 11:15), perilaku ini dapat diamati atau diukur dengan sistem AIO (*Activities, Interest, and Opinion*) dalam pengertian: (1) bagaimanakah mereka menggunakan waktu dalam kehidupan sehari-hari, (2) apa yang menjadi minat atau apa yang ada di sekeliling mereka yang dianggap penting dalam kehidupan dan berinteraksi, (3) bagaimana pendapat atau opini memandang diri sendiri terhadap dunia di sekitar mereka, dan (4) karakteristik dasar kelompok tersebut umumnya dapat didasarkan pada wilayah geografis.

Proses terbentuknya gaya hidup tidak lepas dari pengaruh media informasi yang disuguhkan oleh berbagai macam jenis media massa. Pada dasarnya kebutuhan manusia tersusun dalam suatu hierarki: dari tingkat kebutuhan yang paling rendah, yaitu kebutuhan

fisiologis seperti makan, minum, tempat tinggal, dan bebas dari rasa sakit, sedangkan tingkat kebutuhan yang paling tinggi, yaitu kebutuhan akan perwujudan diri (*self-actualization needs*) seperti teman, afiliasi, cinta, interaksi sosial, penghargaan diri, dan penghargaan dari orang lain (Maslow dalam Setiadi, 2010:39). Penghargaan dari orang lain atau pengakuan atas dirinya dapat ditempuh dengan berbagai cara, salah satunya dengan cara mengabadikan segala aktivitas dalam keseharian melalui fotografi dan mempublikasikan melalui media-media yang sedang berkembang saat ini. Kesadaran untuk pengabdian diri sendiri saat ini lebih dikenal dengan sebutan budaya visual. Budaya visual mengalami banyak perkembangan sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan teknologi.

Budaya visual masa kini adalah perhatian pada hubungan peristiwa-peristiwa visual, yaitu informasi, makna-makna, dan kesenangan yang dicari melalui perangkat teknologi visual. Dengan teknologi visual, segala bentuk peralatan dirancang khusus untuk melihat atau untuk menangkap gambaran mengenai alam, dari lukisan hingga gambar-gambar melalui media televisi atau internet (Mirzoeff, 2002:3). Hal ini terjadi dalam kehidupan sehari-hari dan menjadi kebiasaan (*habit*). Disebut dengan budaya karena ada kemampuan manusia untuk mengajar dirinya sendiri (Kant dalam Peursen, 1976:102). Komunikasi dan interaksi terjadi karena orang lain mengapresiasi hasil-hasil visual tersebut melalui media tertentu.

Dalam masyarakat modern, semua manusia adalah *performer*, setiap orang diminta untuk bisa memainkan dan mengontrol peranan mereka sendiri. Gaya pakaian, dandanan rambut, segala macam aksesoris yang menempel, selera musik, atau pilihan-pilihan kegiatan

yang dilakukan adalah bagian dari pertunjukan identitas dan kepribadian diri (Antariksa & Nuraeni, 2000:2). Aktivitas fotografi saat ini tidak hanya milik segelintir orang atau milik seorang profesional saja, tetapi fotografi sudah menjadi milik semua kalangan dan tidak mengenal usia tua ataupun muda, laki-laki ataupun perempuan, kesemuanya menggunakan media fotografi untuk bereksresi.

Kini teknologi memasuki era digital. Bahkan teknologi foto instan (langsung jadi) yang dikembangkan *polaroid* pada era tahun 90-an pun telah ditinggalkan. Fotografi digital dapat membuat banyak gambar/foto dalam waktu singkat dengan sangat praktis dan ekonomis. Peranti pembuat foto digital tidak harus berupa kamera foto digital. Berbagai *gadget* telah dilengkapi dengan kamera digital di dalamnya. Telepon jenis *smartphone*, komputer *tablet*, dan pemutar audio adalah alat-alat pembuat foto instan yang praktis untuk dibawa oleh para pelancong. Dengan dukungan jaringan internet, memungkinkan pula bagi wisatawan untuk mendistribusikan foto agar bisa dinikmati oleh banyak orang dalam waktu singkat melalui perantara media sosial.

Media sosial merupakan alat bantu berbasis internet yang memungkinkan orang-orang untuk terhubung satu dengan yang lain. Saat ini terdapat beberapa aplikasi populer yang menjadi tren di kalangan masyarakat, yang mempunyai peran penting sebagai alat akomodasi untuk berbagi foto di antara penggunanya. Beberapa aplikasi populer tersebut di antaranya adalah *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path*, *flicker*, dan *picasa web albums*. Dalam bidang pariwisata, beberapa aplikasi seperti *google maps*, *tripadvisor*, *foursquare* dinilai sangat membantu wisatawan untuk menemukan informasi mengenai sebuah tujuan.

Sebagai media aktualisasi diri, kebiasaan membuat foto merupakan fenomena budaya visual pada saat ini. Dengan dukungan teknologi paling populer saat ini, yaitu *smartphone* yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, di mana saja, kapan saja, dalam situasi apa pun pasti ada kesempatan untuk membuat foto. Bahkan berfoto menjadi sebuah kebutuhan. Bagi sebagian orang, pengalaman berada di suatu tempat untuk memenuhi kebutuhan akan kesenangan dianggap sebagai sesuatu yang membanggakan. Karenanya, orang-orang yang sedang melakukan perjalanan wisata mendokumentasikan perjalanan mereka untuk kemudian mereka tunjukkan kepada orang lain. Hanya saja pada era global ini semua bisa cepat, serentak, dan mencapai jangkauan yang sangat luas.

Sejak ditemukan fotografi pada abad ke-19, sejak saat itu pulalah budaya visual gambar realis yang secitra dengan aslinya mulai menjadi hal yang penting dalam kehidupan masyarakat di seluruh dunia. Orang merasa perlu menjadi bagian dalam gambar/foto untuk menunjukkan bukti keterlibatan dalam sebuah momentum peristiwa. Semakin banyak peristiwa yang terabadikan dalam fotografi, semakin banyak pula foto yang tercetak hingga orang memerlukan album yang memiliki tema-tema khusus. Saat ini hampir semua media sosial memfasilitasi penggunaannya untuk *posting* fotografi.

Zaman telah bergeser dari era cetak foto menjadi era foto media sosial. Berawal dari pergeseran era fotografi analog ke era digital, era *binary*, yaitu era unsur gambar fotografi dinyatakan dalam angka-angka. Orang kemudian menetapkan besaran resolusi gambar dan besaran data agar foto dapat termuat melalui media sosial. Dalam hal ini, cara pamer atas keterlibatan sebuah peristiwa

tidak lagi memerlukan cetak foto. Setiap momen yang dianggap menarik, dengan atau tanpa melibatkan pelaku di dalam foto itu dapat diunggah (*upload*) ke media sosial. Bila orang lain dalam jaringan ingin memiliki, dapat mengunduhnya (*download*). Perkembangan teknologi telah menetapkan resolusi gambar, yaitu besarnya data yang harus dikirim tidak terlalu memberatkan sistem.

Bila pada era sebelumnya aktivitas fotografi harus mempunyai keahlian khusus, pada era sekarang ini semua orang adalah fotografer. Kebanyakan karya fotografi di jejaring sosial dihasilkan dari *gadget* yang dapat terhubung dengan internet. Yang paling populer adalah telepon seluler dengan karakter khusus atau yang disebut *smartphone*. Cara menggunakannya sangat sederhana. Cukup bidik sebuah objek kemudian *capture* dan muat melalui media sosial tertentu. Media sosial yang paling populer adalah media sosial tipe jejaring sosial karena foto akan segera mendapatkan tanggapan atau respons dari pengguna jaringan lainnya. Dalam hal ini pengguna akan saling berkomentar dan terjadi interaksi atas visual atau gambar/foto yang telah dipublikasikan.

Dalam kasus tertentu pengguna media sosial adalah orang-orang berselera tinggi dalam hal fotografi. Kelompok ini memiliki pengetahuan cukup tentang fotografi atau bahkan seorang fotografer profesional. Foto yang dihasilkan bisa bernilai estetis sangat tinggi. Hal ini dikarenakan secara teknis foto dibuat dengan cermat dan sempurna. Sebagian orang sangat memperhitungkan keindahan, dramatisasi, dan informasi atas hasil foto yang akan dipamerkan kepada orang lain melalui media sosial.

Agar aspek estetikanya terpenuhi, sebagian yang lain memanfaatkan efek estetika yang disediakan oleh perangkat lunak media

sosial itu sendiri. Beberapa aplikasi media sosial menyediakan efek estetika seperti filter-filter khusus, sehingga menjadikan hasil foto menjadi lebih dramatis. Kebanyakan berupa efek filter warna, pencahayaan, dan pembingkai dalam tema-tema khusus yang dapat dipilih (*template*). Beberapa media khusus untuk berbagi foto seperti *instagram* atau *path* sering memperbaharui sistemnya agar menghasilkan foto yang tampak lebih indah, dramatis, dan sempurna. Komposisi dari media sosial tipe ini sangat dikenal oleh para penggemarnya karena rasio gambarnya berbentuk bujur sangkar (*square*).

Aktivitas fotografi saat ini tidak lagi harus menggunakan kamera khusus, tetapi justru lebih banyak menggunakan kamera dari fasilitas *handphone* yang digunakan untuk mengabadikan segala kegiatan sehari-hari. Bahkan juga mengabadikan diri yang populer dengan istilah *selfie* untuk kemudian mengunggahnya ke jejaring sosial. Hal demikian pada saat ini menjadi bagian dari gaya hidup. Bahkan, istilah *selfie* kini sudah masuk dalam kamus dan ditempatkan sebagai *Oxford English Dictionary's 2013 Word of the Year*.

Selfie sebetulnya tidak dimulai saat marak penggunaan *smartphone*. Menurut info *BBC*, *selfie* pertama kemungkinan dilakukan pada tahun 1800-an dengan menggunakan cermin atau menggunakan *self-timer*. *Selfie* kala itu tidak melibatkan objek tunggal seperti saat ini, tetapi dalam kelompok besar seperti berfoto dengan teman atau keluarga. Beberapa melakukan ide kreatif, misalnya dengan menggunakan cermin, untuk mendapatkan gambar terbaik dirinya. Namun, dengan teknologi yang kian berkembang, *selfie* semakin maju hingga tidak bisa lagi diprediksi. Gaya yang digunakan semakin beragam baik menggunakan cermin

seperti tahun 1800-an maupun membalikkan kamera. Pada awal era media sosial, foto dikirim untuk teman atau demi kesenangan semata.

Perilaku narsisme di media sosial ini pun sudah berlaku universal. Tidak hanya masyarakat biasa, kalangan elite seperti presiden, pejabat, dan selebriti pun menunjukkan aktivitas perilaku seperti ini. Survei dari Pew Internet & American Life Project menyatakan, 54% pengguna internet punya kebiasaan mengunggah potret dirinya ke dalam *facebook*, *twitter*, atau jejaring sosial lain. Menurut psikolog dan direktur Media Psychology Research Center, Dr. Pamela Rutledge, keinginan memotret, *mem-posting*, dan mendapatkan *likes* dari situs jejaring sosial merupakan hal yang wajar pada setiap orang. Keinginan ini dipengaruhi oleh perasaan pada hubungan sosial. Hal ini sebetulnya sama dengan saat orang mengatakan betapa bagus baju yang dikenakan. Secara biologis, pengakuan sosial merupakan kebutuhan, bahkan ada area pada otak yang dikhususkan untuk aktivitas sosial.

SIMPULAN

Makna-makna visual dengan berbagai pencitraannya melalui fotografi dan media sosial sangat bergantung pada kualitas teknologi yang digunakan dan orang yang menggunakan teknologi tersebut. Aktivitas fotografi dan berwisata pada saat ini merupakan satu paket perilaku manusia modern dalam hal pemenuhan kebutuhan sekaligus untuk menunjukkan eksistensi diri di mata orang lain. Eksistensi merupakan hal yang wajib untuk tidak dilewatkan karena manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial yang tidak lepas dari orang yang ada di sekitarnya. Hal tersebut mempengaruhi gaya hidup seseorang. Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan

masyarakat. Dalam proses pembentukannya gaya hidup ini tidak lepas dari pengaruh media informasi yang disuguhkan berbagai media seperti majalah, koran, televisi, dan internet.

Dengan dukungan teknologi, yaitu *smartphone* yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari, aktivitas fotografi saat ini tidak lagi harus menggunakan kamera khusus. Aktivitas fotografi ini dapat dilakukan di mana saja, kapan saja, atau bahkan dalam situasi apa pun pasti ada kesempatan untuk membuat foto kemudian di-*upload* ke media sosial baik sebagai foto profil maupun sebagai status aktivitas yang dijalani dalam keseharian.

Di bidang pariwisata, estetika dan informasi visual dalam media sosial bisa memberikan efek ketertarikan bagi orang lain untuk meniru melakukan hal yang sama. Dalam hal ini media sosial merupakan media pertukaran informasi dan rekomendasi atas sesama pengguna dalam jaringan tersebut. Teknik penyampaian informasi ini dikenal dengan *electronic-world of mouth* atau informasi dari “mulut ke mulut” berjalan secara elektronik. Harapannya, pengunjung atau wisatawan sebagai sumber informasi bagi calon wisatawan yang lain melalui media fotografi dan media sosial. Bila hal ini terjadi secara massal dan serentak, tentu sangat membantu pihak pengelola pariwisata dalam proses pemasaran.

KEPUSTAKAAN

- Ajzen, I. 1988. *Attitudes, Personality, and Behavior*. Milton Keynes: Open University Press.
- Chaney, David. 2004. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.

- Featherstone, Mike. 2001. *Posmodernisme dan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Markow, Paul. 1999. *Advertising Photography*. New York: Amherst Media Inc. Buffalo.
- Mirzoeff, Nicholas (Ed.). 2005. *An Introduction to Visual Culture*. New York: Massachusetts Institute of Technology.
- Setiadi N.J. 10 *Perilaku Konsumen Edisi Revisi – Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Soedjono, Soeprapto. 2009. “Fotografi dalam Konstelasi Budaya Visual Indonesia”. *Buklet Pengukuhan Guru Besar Prof. Drs. Soeprapto Soedjono*. Yogyakarta: BP ISI.
- . 2007. *Pot-Pourri Fotografi*. Jakarta: Universitas Tri Sakti.
- Peursen, van CA. 1976. *Strategi Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Peiper, J. 1952. *Leisure, The Basis of Culture*. Trans. A. Dru. New York: Parthenon Books.
- Yoeti, Oka. 1996. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Kompas Group. (Kompas, 14 Juli 2009), *Lifestyle (gaya hidup masyarakat moderen)*, www.kompas.com.
- Well & Tigert dalam susanto, 2010 pada laman <http://www.jakartaconsulting.com/art-01-11.htm>

Webtografi

- Antariksa. (07 Februari 2007), *Budaya Materi*. <http://www.kunci.or.id>.
- Arbain Rambey. (8 Januari 2010), *Memahami Fotografi Konseptual*, www.kompas.com.
- www.kompas.com, (12 mei 2014). *artikel fotografi*.
- <http://health.kompas.com/read/2013/12/18/1151301/Apa.Kata.Psikolog.soal.Foto.Narsis.di.Jejaring.Sosial>.