

MANDIRI

L A P O R A N

**TELAAH FOTOGRAFI PADA IDENTITAS VISUAL
PENGGUNA JEJARING SOSIAL FACEBOOK**



Oleh :

Syaifudin

NIP. 19670329199821001

**Kepada
Lembaga Penelitian
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
November 2011**

MANDIRI

(17.C)

LAPORAN

**TELAAH FOTOGRAFI PADA IDENTITAS VISUAL
PENGGUNA JEJARING SOSIAL FACEBOOK**

606/FG/KKI/2012

31/1/2012

Ar



oleh
Syaifudin
NIP 196705291998021001



**Kepada
Lembaga Penelitian
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
November 2011**


HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN SENI

1. Judul Penelitian : Telaah Fotografi pada Identitas Visual Pengguna Jejaring Sosial Facebook
2. Bidang Ilmu : Fotografi
3. Ketua Peneliti : Syaifudin, M.Ds
 - a. Nama : Syaifudin, M.Ds
 - b. Jenis Kelamin : Pria
 - c. NIP : 196705291998021001
 - d. Pangkat Golongan : Penata Muda III/B
 - e. Jabatan Fungsional : Asisten Ahli
 - f. Fakultas / Jurusan : FSMR / Fotografi
4. Jumlah Tim Penelitian : 1
5. Lokasi : Indonesia / Yogyakarta
6. Waktu Penelitian : 7 bulan
7. Biaya : Rp. 7.000.000 Rupiah

Yogyakarta 10 November 2011

Mengetahui
Dekan Fakultas

Ketua Peneliti


Drs. Alexadri Luthfi R. M.S.
NIP 195809121986011001


Syaifudin, M.Ds
NIP 196705291998021001

Menyetujui
Ketua Lembaga Penelitian


Dr. Sunarto, M.Hum.
NIP 19370709 198503 1 004

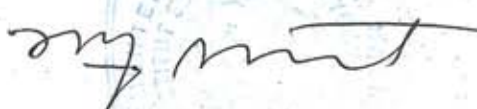
BERITA ACARA
SEMINAR PROPOSAL/ PEMANTUAN/ MONEV
REVISI PENELITIAN / PERANCANGAN / PENCIPTAAN KARYA SENI
LEMBAGA PENELITIAN ISI YOGYAKARTA

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : SYAIFUDIN, M.DS
NIP : 196705291988021001
Pangkat/ Gol. : PENATA MUDA / III B
Jabatan Fungsional : ASISTEN AHLI
Bidang Keahlian : FOTOGRAFI, BUDAYA VISUAL
Jurusan/ Fakultas : FOGRAFI, FSMR
Telah melaksanakan ~~Seminar Proposal/ Pemantauan/ Monerv Hasil Penelitian~~ ✓
Hari/ Tanggal : SABTU, 12 NOVEMBER 2011
Tempat :
Jenis Penelitian : DOSEN MUDA - MANDIRI
Judul : TELAAH FOTOGRAFI PADA IDENTITAS VISUAL
PENGGUNA JEJARING SOSIAL FACEBOOK
Nomer Kontrak :
Nama Reviewer : Dra. DARUNI, M.HUM Tanda Tangan
Pr. SUASTIWI, M.Des Tanda Tangan

Demikian Berita Acara ini kami buat dengan seampunnya.

Mengetahui :
Ketua Lemlit ISI Yogyakarta


Dr. Sunarto, M. Hum
NIP. NIP 19570709 1985031004.

Yogyakarta, 12 NOVEMBER 2011

Pencipta,


SYAIFUDIN, M.DS

KATA PENGANTAR

Puji sukur kehadiran Allah Yang Maha Pengasih, Penyayang dan Bijaksana, hanya atas berkat rahmatnya, karunianya dan lapangnya ilmu pengetahuan yang dibukanya maka segala aktifitas manusia dalam usaha menyingkap sedikit tabir ilmunya yang maha luas dapat terlaksana. Demikian pula penelitian ini dapat berjalan dari awal hingga selesai disusunnya laporan ini adalah atas limpahan amanat yang hanya sedikit saja dapat ditulis untuk dapat tersalur kepada makhluk lainnya.

Penulis juga harus berterimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat Institut Seni Indonesia Yogyakarta, dari pucuk pimpinan hingga jajaran staf yang telah sabar mengurus, mendampingi dari tahap awal pengajuan proposal, pengadaan seminar hingga harus kembali bersabar selalu menagih dan menagih laporan ini.

Terimakasih juga harus saya ucapkan kepada keluarga yang juga turut andil dalam mendukung suasana, sarana dan prasarana, serta kerelaannya memaklumi jatah waktunya tersita untuk kegiatan penelitian ini.

Tentu saja penulis juga perlu berterimakasih kepada semua orang yang tidak memungkinkan saya sebut di sini yang fotonya dalam Facebook saya gunakan sebagai sampel penelitian ini. Ucapkan satu persatu tidak memungkinkan saya sampaikan kepada mereka semua yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam penelitian ini, insyaallah imbalan dari yang Maha Pemurah akan mengalir kepadanya.

Akhir kata, tak ada satupun gading yang tidak retak, demikian pula kekurangan dan kelemahan seluruh rangkaian penelitian ini. Semoga kita tetap diberi semangat dan kekuatan dariNya untuk selalu kritis dan tetap semangat belajar dan meneliti di waktu mendatang. Amin.

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	3
ABSTRAK	4
<i>ABSTRACT</i>	5
BAB I PENDAHULUAN	6
I.1 Latar belakang	6
I. 2 Rumusan Masalah	7
I. 3 Tinjauan Pustaka	7
I. 3.1. Representasi Interaktif Fotografi	7
I. 3. 2 Jejaring Sosial dan Facebook	8
I. 3. 3 Teori Representasi Interaktif	14
I. 3.4 Semiotika Sosial Fotografi	16
I. 3. 5 Unsur Tatapan	17
I. 3. 6 Pembingkaiian	20
I. 3.7 Perspektif	20
I. 4 Kontribusi Penelitian	21
I. 5 Metodologi	21
BAB II PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	22
II. 1 Kesimpulan	28
II. 2 Saran	30
Daftar Pustaka	31
LAMPIRAN	33

ABSTRAK

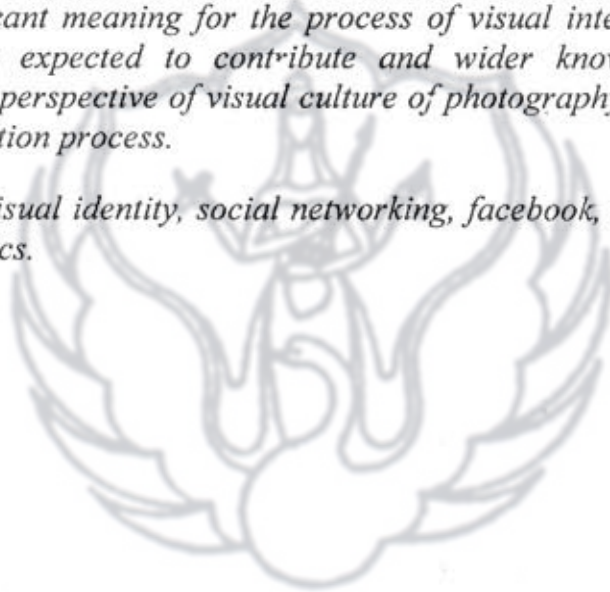
Perkembangan web yang kemudian melahirkan jejaring sosial tumbuh sangat pesat di berbagai belahan dunia tak terkecuali di Indonesia. Berbagai bentuk komunikasi – baik menggunakan teks maupun gambar atau foto – adalah fitur utama dalam jejering sosial. Bagian dari salah satu halaman jejaring sosial Facebook terdapat identitas visual yang juga dikenal sebagai foto profil. Mengingat derasnya arus komunikasi melalui citra visual dan fotografi dan sebagai bagian dari cepatnya perkembangan dan diskursus budaya visual maka penelitian ini dirasa perlu dilakukan. Penelitian ini mengkaji identitas visual pada jejaring sosial Facebook yang secara kualitatif dianalisis melalui pendekatan teori semiotika sosial. Hasil dari penelitian ini berupa temuan tentang bagaimana foto profil sejumlah pengguna Facebook dengan berbagai komposisi fotografi mempunyai makna yang sangat berarti bagi proses interaksi visual. Dengan penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi dan pengetahuan lebih luas tentang pemaknaan dan cara pandang budaya visual fotografi dalam kaitannya dengan proses interaksi visual.

Kata kunci: identitas visual, jejaring sosial, facebook, interaksi visual, semiotika sosial.

ABSTRACT

Web development which gave birth to social networking grew very rapidly in the world not least in Indonesia. Various forms of communication - either using text or images or photos - is a major feature in social networking. Part of one of the Facebook social networking page there is a visual identity which is also known as a profile picture. The rapid flow of communication through visual imagery and photography and as part of the rapid development of visual culture and discourse of the research is deemed necessary. This study discusses visual identity on the Facebook as social networking that is qualitatively analyzed through a theoretical approach to social semiotics. The results of this study's findings about how the form of a user's Facebook profile picture with a variety of photographic composition has a significant meaning for the process of visual interaction. With this research are expected to contribute and wider knowledge about the meaning and perspective of visual culture of photography in relation to the visual interaction process.

Key words: visual identity, social networking, facebook, visual interaction, social semiotics.



BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar belakang

Perkembangan media menapaki satu era media baru yang di dalamnya terkandung sejumlah bentuk dan cara baru dalam berkomunikasi suara, tulisan, gambar, foto dan gabungan darinya. Salah satunya adalah jejaring sebagai media interaksi virtual antar manusia dengan sebutan jejaring sosial. Jejaring ini berkembang sedemikian luas dan cepat hingga mampu membangun kekuatan informasi dan komunikasi manusia yang sangat besar dan kuat hingga berdampak luas terhadap kehidupan sosial, ekonomi hingga politik. Fenomena ini menunjukkan adanya era baru arus komunikasi dan informasi hingga terbangun menjadi sebuah budaya baru, yakni *cyberculture* yang di dalamnya terkandung berbagai aktivitas manusia dalam dunia virtual: *cyberworld*.

Peradaban manusia dalam *cyberculture* hingga lahirnya jejaring sosial telah menjadikan sebuah kebiasaan baru manusia dalam bersosialisasi dan berkomunikasi visual. Mereka saling bertemu dan mengenal satu sama lain secara visual melalui sejumlah gambar dan foto yang diunggah ke dalamnya. Dibantu perkembangan perekam gambar digital yang semakin mudah membekukan aktivitas manusia sehari-hari menjadi bingkai-bingkai foto membuat lalu lintas citra visual dan foto di dalam jejaring sosial

semakin deras dan padat. Berbagai macam jenis, pola, gaya dan format, dari mulai foto formal selayaknya sebuah foto KTP, atau foto saat makan di sebuah warung, hingga foto jalan-jalan di suatu daerah pedalaman terpencil terkumpul dalam album virtual jejaring sosial. Dari sekian banyak foto tersebut salah satunya digunakan sebagai sebuah identitas visual atau disebut foto profil.

I. 2 Rumusan Masalah

Selain sebagai identitas visual, foto profil pada hakikatnya adalah sebagai bagian dari cara manusia berkomunikasi dengan satu tujuan yakni memproduksi tanda yang bermakna dan memberikan informasi. Bagaimana identitas visual pengguna facebook berinteraksi secara visual ditelaah menggunakan teori semiotika sosial?

I. 3 Tinjauan Pustaka

I. 3.1. Representasi Interaktif Fotografi

Manusia dan segala aktifitas yang terekam melalui proses cahaya – baik secara digital maupun analog – menjadi bingkai-bingkai foto adalah bagian dari cara berkomunikasi visual fotografi. Seperti halnya representasi visual lainnya, komunikasi dengan cara itu mempunyai satu tujuan yakni memproduksi tanda yang bermakna yang berfungsi untuk melakukan

tindakan atau untuk memberikan pemahaman atau informasi. Dua makna itulah yang kemudian oleh Halliday dalam teori sistemik dinamai dengan istilah metafungsi (*metafunction*). Secara definitif metafungsi menurutnya adalah bagian dari suatu sistem bahasa – sumber-sumber semantik dan leksio-gramatis – yang telah disusun untuk melaksanakan fungsi yang dimaksudkan (Halliday, 1996: 60). Jelaslah bahwa selain sebagai bagian dari struktur dan pola jejaring sosial, sebuah identitas visual pengguna jejaring sosial Facebook juga sebagai sebuah representasi yang menjalankan fungsi secara interaksi visual melalui subjek-subjek tanda yang berada di dalamnya.

I. 3. 2 Jejaring Sosial dan Facebook

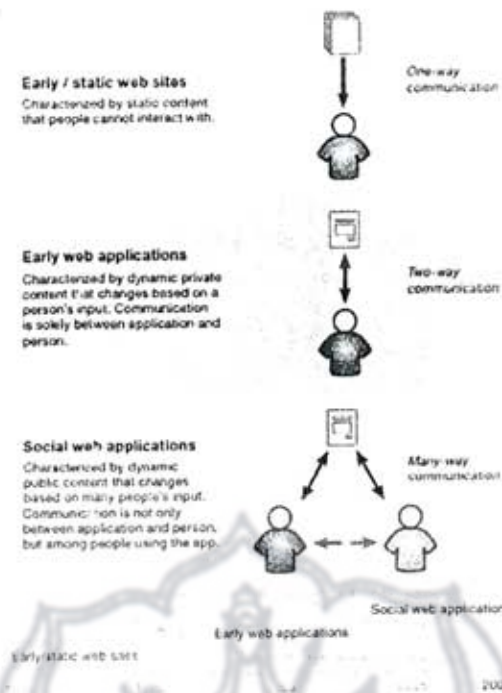
Jejaring sosial mulai populer pada sekitar tahun 2002, yakni pada saat situs-situs perorangan tumbuh pesat dengan sistem yang baru yang disebut sebagai *blog*. Jejaring sosial tidak terlalu jauh berbeda dengan konsep web yang awalnya berkembang pada kalangan perusahaan atau lembaga, tetapi pada *blog* berisi pengalaman perorangan atau gagasan pribadi dari pemiliknya. Isi di dalamnya juga dapat berisi artikel dan berita yang diambil dari media tradisional maupun situs-situs berita online lainnya, tetapi ada hal yang menarik di dalamnya, yakni pada informasi dan berita yang mereka konsumsi dan selanjutnya mereka masukkan dalam blog setelah melalui seleksi dan penyaringan sesuai selera perorangan. Tulisan

itu kemudian dapat berkembang dengan adanya komentar-komentar dari *blogger* lainnya. Tidak berhenti di situ saja, apa yang dipublikasikannya akan terhubung dengan situs-situs sejenis dan seterusnya sehingga tak terhitung banyaknya informasi yang pada awalnya hanya berupa informasi singkat padat menjadi artikel yang lebih luas dan lebih detail karena adanya partisipasi banyak pihak.



Gambar 1 eWorld sebagai cikal bakal komunitas online menggunakan koneksi internet bergambar.

Dalam perjalanan perkembangannya, jejaring sosial tidak terlepas oleh adanya pengaruh perkembangan teknologi web yang dikenal sebagai *web 2.0*. Web 2.0 inilah yang kemudian merubah sosok web menjadi jejaring sosial (*social web/social networking*). Gejala awal web berubah konsep dan mengarah menjadi media sosial dimulai ketika adanya perubahan kebiasaan pengguna web yang semula sebatas 'membaca dan membaca' (*read and read*) menjadi 'membaca dan menulis' (*read and write*). Kebiasaan 'membaca dan menulis' artikel maupun berita dan tulisan lainnya dari



Gambar 2. Skema yang menggambarkan evolusi komunikasi dari satu arah ke banyak arah melalui web.

seorang pengguna yang disebar, diapresiasi dan direvisi pengguna lain dan seterusnya inilah kemudian menjadi landasan bentuk media sosial.

Prinsip dari jejaring sosial lebih mengarah kepada bagaimana manusia bergaul atau berinteraksi dalam jaringan internet. Ragam jejaring sosial pada saat ini terbentuk dalam berbagai jenis di mana intinya adalah bersosialisasi melalui web. Jejaring sosial Facebook yang mulai populer di Indonesia sejak tahun 2008 merupakan salah satu jejaring sosial yang paling banyak penggunaannya di Indonesia. Salah satu bagian dari Facebook yang ditelaah dalam penelitian ini adalah identitas visual atau disebut sebagai foto profil. Identitas visual pada sebuah jejaring sosial ibaratnya

adalah foto identitas yang tertempel pada kartu pengenal, hanya saja dapat diganti-ganti sesuka hati kapan saja dengan berbagai gaya. Seseorang pengguna Facebook yang aktif hampir pasti tidak membiarkan foto profilnya kosong, seperti tampak pada gambar berikut ini, melainkan menggantinya dengan berbagai foto dirinya dengan berbagai gaya dan ekspresi.



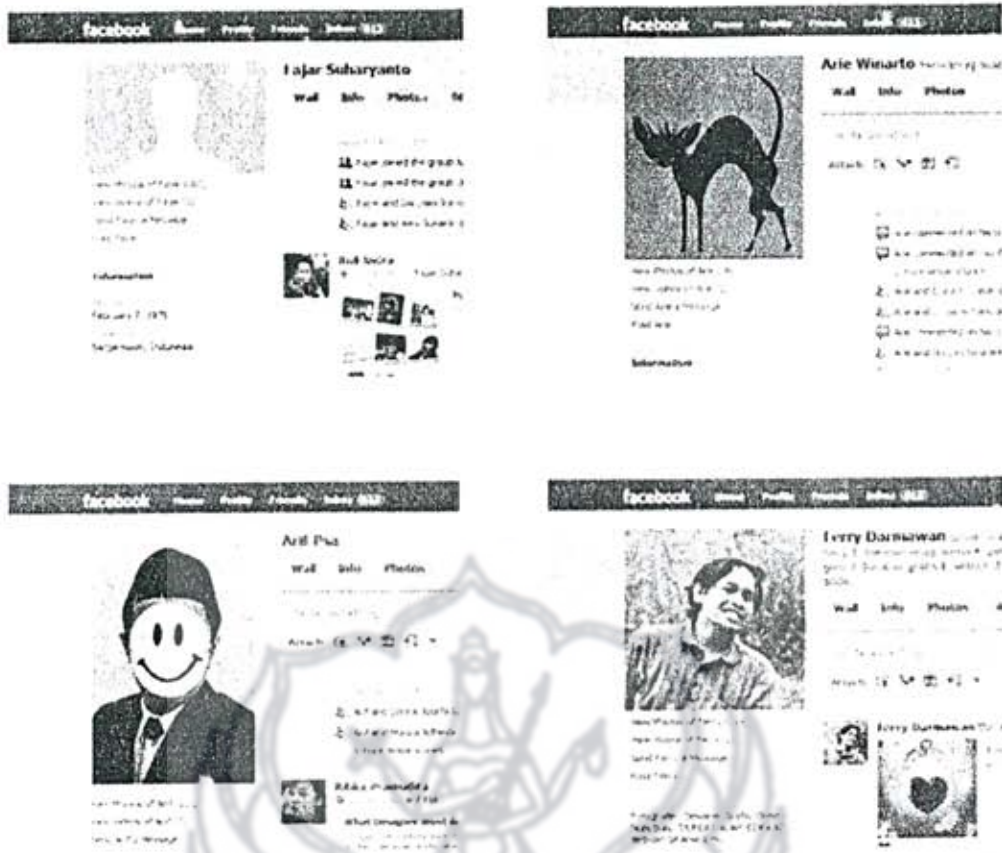
Gambar 3. Foto profil pada jejaring sosial Facebook yang belum diganti.

Foto profil pada jejaring sosial merupakan cara komunikasi dan interaksi melalui representasi visual. Upaya komunikasi dan interaksi manusia secara visual melalui jejaring sosial tidak hanya akan berhenti begitu saja di situ. Sebagaimana Kress ungkapkan - bahwa apakah foto itu akan dimaknai sebagai pesan yang sudah jelas ataukah ada makna yang tersembunyi? Sehingga pertanyaan utamanya adalah bagaimana identitas visual itu mampu dan berhasil mengkomunikasikan dan merepresentasikan hubungan serta interaksi sosial? (Kress, 2003). Di sisi lain, sebuah foto mestinya

mampu merepresentasikan realitas ketimbang cara lain. Ada ungkapan yang menyatakan bahwa “saya melihat dengan mata kepala sendiri” terasa lebih dapat dipercaya ketimbang “saya mendengar dengan kuping saya sendiri”, demikian pendapat Kress (Kress, 2006).

Seperti telah disinggung sebelumnya, bahwa seorang pengguna jejaring sosial Facebook akan memiliki halaman yang di salah satu bagiannya difungsikan sebagai sebuah identitas visual. Pada gambar berikut ini sebagian contoh tampilan identitas visual pengguna Facebook dengan tampilan yang berbeda-beda cara pengungkapan visualnya.





Gambar 4. Contoh foto profil berupa gambar dan foto pada halaman Facebook.

Pada kelompok gambar 4 di atas terdapat gambar siluet putih seorang laki-laki yang artinya bahwa penggunanya belum mengganti dengan foto atau gambar lain. Sedangkan pada gambar kanan atas menandakan bahwa pengguna itu telah menggantinya tetapi bukan dengan sebuah foto. Lain halnya dengan gambar bawah kiri, meskipun gambar itu mengadirkan foto penggunanya tetapi menutupinya sehingga lebih tampak secara simbolis. Adapun gambar bawah kanan dengan jelas menggunakan foto potret secara wajar dari penggunanya.

I. 3. 3 Teori Representasi Interaktif

Ketika fotografi semakin mudah diproduksi maka dimanapun berada hampir dapat ditemukan, mudah ditandai, dan mudah dikenali. Meskipun demikian, pesan yang disampaikan dari sebuah foto tetap saja menjadi kajian serius mengenai bagaimana foto itu merepresentasikan sesuatu hingga bagaimana foto itu mempunyai representasi yang dibuat dengan maksud tertentu. Menurut teori semantika visual yang dikemukakan Rollins, representasi visual atau sebuah foto mempunyai dua bagian. Pertama, yang menyangkut bagaimana representasi itu dapat memberi makna dan membedakannya dengan yang lainnya. Yang kedua, bagaimana makna foto itu mempunyai kaitan dengan yang terdapat di dalamnya (Rollins, 2005: 383).

Karena suatu citra visual merupakan suatu objek persepsi, maka di dalam sebuah foto mempunyai nilai filosofis tentang seberapa penting tanda yang terkandung di dalamnya. Penjelasan mengenai hal itu dapat meminjam sebuah teori yang mengatakan bahwa di dalam sebuah foto terdapat bagian yang fundamental antara teori perseptual dan non-perseptual (*perceptual and non-perceptual theory*). Dalam teori perseptual sebuah foto dibedakan dan dipisahkan dengan lainnya berdasarkan respon yang dirasakan; sedangkan teori nonperseptual tidak demikian, teori non-perseptual pada sebuah foto dikelompokkan berdasarkan kesamaan, hasil konvensi dan

hubungan kausal. Selanjutnya pada teori perseptual sebuah citra dikelompokkan berdasarkan kemiripan, hubungan kausal, konstruksi mental dan konvensi secara perseptual, melihat makna-makna di dalamnya, serta pengaruhnya pada pemirsa untuk dapat menimbulkan kepercayaan (*make believe*), dengan menghadirkan realisme visual secara langsung (Rollins, 2005: 383-396).

Tidak dapat dielakkan lagi adanya keterlibatan foto dengan pemirsanya serta pihak yang terlibat dalam produksi representasi pada akhirnya memunculkan sebuah proses interaksi hingga beberapa jenis. Kress dan Leeuwen menjelaskan bahwa sebuah citra visual berupa gambar maupun foto akan menghubungkan dua pihak yang terlibat, yakni pihak yang direpresentasikan (yakni orang, tempat atau benda yang direpresentasikan) dan pihak interaksi (yakni orang-orang yang berkomunikasi satu sama lain melalui citra atau orang yang membuat citra visual dan pemirsanya). Interaksi yang ditimbulkannya akan didapat tiga jenis hubungan yakni: (1) hubungan antara yang direpresentasikan, (2) hubungan antara yang berinteraksi dengan yang direpresentasikan dan (3) hubungan antar pihak yang berinteraksi. Pada pihak yang berinteraksi di dalamnya terdiri dari orang yang memproduksi dan menggunakan foto. Dalam konteks sebagai bagian dari mahluk sosial pihak tersebut berinteraksi menggunakan foto

dengan berbagai intensitas, perbedaan cara penyampaiannya serta perbedaan makna (Kress, 2006: 114).

I. 3.4 Semiotika Sosial Fotografi

Setiap foto dalam kajian semiotika adalah merupakan 'tanda' dan sekumpulan 'tanda' yang dibuat oleh 'pembuat tanda'. Istilah 'pembuat tanda' dalam proses representasi adalah sebuah proses yang dikerjakan oleh pembuat tanda dalam rangka mencari cara atau jalan untuk mengungkapkan melalui cara visual. Adapun yang diungkapkannya adalah sebuah objek atau gabungan dari objek-objek dalam bentuk fisik yang sesuai dengan apa yang dilihatnya maupun objek yang maksudnya untuk mengungkapkan tanda-tanda lain yang berada di dalamnya.

Memahami makna sebuah representasi umumnya justru lebih rumit ketimbang cara membuatnya. Kenapa demikian? karena di dalam representasi terkandung rekaman sejarah, budaya sosial dan psikologi dari pembuatnya. Di dalam representasi juga terkandung tanda dengan makna-makna lingkungan yang sangat rumit karena dalam proses terbentuknya sangat tergantung oleh konteks dan kriteria (Kress, 2006: 11).

Aspek kriteria yang direpresentasikan adalah apa yang dilihat oleh pembuat tanda yang menurutnya pada saat itu terlihat paling dikehendaki dan paling memungkinkan. Pembuat tanda mengacu pada 'petanda' yang mereka ingin

sampaikan dan kemudian menyampaikannya melalui 'penanda' seperti halnya prosus komunikasi yang memerlukan suatu syarat adanya seseorang atau kelompok orang yang membuat pesan dapat dimengerti dalam sebuah konteks tertentu. Di satu sisi dalam memproduksi tanda melalui cara-cara dan bentuk-bentuk serta ekspresi diyakini akan sangat jelas dapat dimengerti oleh orang lain. Di sisi lain, upaya menyampaikan sebuah pesan komunikasi juga sekaligus merupakan bagian dari struktur kehidupan sosial yang ditandai dengan perbedaan-perbedaan. Karena itu, akibat dari perbedaan maka setiap orang akan berusaha memahami melalui cara menduga-duga sampai dengan dapat memahami secara maksimal. Meskipun demikian sebuah posisi seseorang yang menempati kedudukan penting dapat saja memaksa pihak yang lain untuk berusaha keras memahami pesannya. Sama halnya ketika seseorang membuat pesan hanya berusaha minima! untuk membuat interpretasi maka akibatnya penerima pesannya akan berusahaa lebih keras untuk menginterpretasikan. Maka yang terjadi adalah ketika orang lain melihat pesan itu kemudian juga sudah berusaha untuk menginterpretasikannya, tetapi dapat juga sama sekali tidak mampu menginterpretasikan (Kress, 2006: 11).

I. 3. 5 Unsur Tatapan

Yang dimaksud dengan 'tatapar' (*gaze*) menurut Kress dan Leeuwen adalah orang atau sesuatu yang telah direpresentasikan menjadi foto atau

gambar dengan memperlihatkan bagaimana foto orang atau benda itu tampak sedang melihat ke pemirsanya. Namun demikian tidak semua foto orang atau benda mempunyai unsur 'tatapan', karena itu sebuah foto untuk dapat dikatakan mempunyai unsur 'tatapan' dengan syarat yakni makhluk atau sesuatu benda itu terlihat mempunyai mata atau bila benda mati mempunyai bagian yang dapat dianggap sebagai mata, misalnya sebuah mobil atau sepeda motor (Kress, 2006: 117).



Gambar 5. Unsur tatapan (*gaze*) pada sebuah 'Poster Rekrutmen' di *Imperial War Museum* (Kress, 2006:117)

Dalam budaya populer, mata dianggap sebagai 'cermin jiwa' dan mata beserta perilaku dalam menatap mempunyai pengaruh yang sangat penting dalam interaksi sosial, sebagaimana yang ditulis oleh Koenig (1975) dan Ellgring (1975) serta peneliti lain, tentang fungsi semiotika mata dan

interaksi visual terdapat fungsi utama tatapan (*gaze*), yakni kesantunan (*phatic*), ekspresi dan konotasi (Nöth, 1990: 405).



Gambar 6. Sebuah foto mobil yang lampunya menghadap ke depan seolah-olah sebagai mata yang melihat langsung ke pemirsanya.

Kesantunan (*phatic*) sangat diperlukan untuk tetap menjaga berlangsungnya interaksi, menemukan informasi dan memperlihatkan adanya hubungan sosial. Sebagai contoh, kontak mata dalam percakapan merupakan indeks bahwa pembicara menginginkan untuk tetap melanjutkan pembicaraan. Hal yang demikian berlaku juga pada mahluk atau benda bermata yang direpresentasikan menjadi sebuah foto.

Ekspresi juga dapat terlihat hanya dari mata saja, misalnya perasaan senang, terkejut atau marah. Riset tentang ini dilakukan oleh Nummenma (1964) dengan menggunakan sekumpulan foto mata yang dipisahkan dari bagian wajahnya. Ketika tatapan sebagai sebuah fungsi ekspresi untuk

menyampaikan informasi tentang si pengirim pesan, maka fungsi konotatif mendominasi ketika pesan difokuskan ke orang yang dikirim pesan. Fungsi tatapan dapat juga menjadi kurang jelas apabila dipisahkan dengan muka dan konteks sosialnya. Misalnya, dalam konteks sosial tertentu tatapan mata seseorang mungkin tampak dingin atau garang tetapi dapat berlainan kenyataannya (Nöth, 1990: 405).

I. 3. 6 Pembingkai

Makna interaktif pada sebuah gambar atau foto juga mempunyai sebuah dimensi jarak dan sudut pandang. Dimensi jarak itu adalah pembingkai (*framing*). Pembingkai sangat berkaitan erat dengan pilihan ketika suatu foto itu dibuat, yakni pilihan antara jarak dekat (*close up*), jarak sedang (*medium shot*), jarak jauh (*long shot*) dan seterusnya. Adapun sudut pandang berkaitan dengan perbedaan posisi lebih rendah atau lebih tinggi antara objek yang direpresentasikan dengan pembuat representasi (Kress, 2006: 124). Pengaruh interaktif dari pembingkai akan dilanjutkan lebih jelas dalam bab pembahasan.

I. 3.7 Perspektif

Foto dapat merepresentasikan relasi antara pihak yang terlibat dengan pemirsanya, inilah yang disebut sebagai perspektif. Dalam membuat citra tidak sekadar berdasarkan tawaran, permintaan serta ukuran pembingkai

semata tetapi dalam waktu yang bersamaan juga harus memilih sudut pandangnya, hal ini dapat mengakibatkan munculnya kemungkinan ekspresi sikap subjektif terhadap pihak yang direpresentasikan, orang atau sebaliknya. Sikap subjektif tidak selalu muncul secara individual dan khas tetapi juga dapat terjadi karena pengaruh sikap sosial. Sistem perspektif sebagai pernyataan sikap telah dikembangkan pada periode Renaissance, yakni sebuah periode di mana individualitas dan subjektivitas menjadi nilai sosial yang penting dan hal itu dikembangkan dengan tepat menggunakan citra menjadi sebagai titik pandang subjektif (Kress, 2006: 129). Lebih lanjut perihal teori perspektif akan dibahas langsung dalam pembahasan.

I. 4 Kontribusi Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah mengkaji bagaimana foto profil pada jejaring sosial Facebook berperan sebagai identitas visual dan pengaruhnya pada interaksi sosial secara visual. Dengan penelitian ini diharapkan akan menghasilkan khasanah pengetahuan budaya visual dan fotografi yang berkaitan dengan interaksi visual.

I. 5 Metodologi

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan menggunakan metode analisis yang berkaitan dengan teori dan praktik analisis fotografi pada media layar elektronik. Metode pendekatan analisis yang digunakan pada