

BAB 6. KESIMPULAN

Praktik fotografi yang kini lebih dimaknai sebagai sebuah sarana mengunggah hasil karya foto ke media sosial, dalam konteks ini adalah Instagram, telah menunjukkan sebuah perubahan yang cukup signifikan dalam dunia fotografi. Hasil-hasil foto di media sosial yang cenderung seragam ternyata berkaitan erat dengan konvensi-konvensi yang berlaku di masing-masing akun Instagram komunitas fotografi.

Cyberculture telah memberikan ruang-ruang tanpa batas dan sekat untuk tiap-tiap orang dalam mengekspresikan dirinya melalui medium fotografi di media sosial. Fotografi dan Instagram telah menemukan kesinambungannya dalam membentuk budaya *cyber*, bahwa siapa pun bisa menjadi fotografer dan bisa memamerkan karya-karya mereka di ruang pameran virtual tanpa terbentur regulasi pameran konvensional di dunia nyata. Para pengikut akun-akun Instagram patuh dan tunduk dengan aturan yang ditetapkan oleh masing-masing akun agar mereka tetap bisa menjadi pengikut di sana dan bisa berpartisipasi dalam memajang karyanya, jika beruntung bahkan bisa mempunyai karya yang terpilih.

Walaupun akun-akun Instagram fotografi kerap berbagi tips dan teknik fotografi, ternyata sebagian besar masih berharap untuk bisa menempuh pendidikan formal fotografi. Harapan untuk bertemu muka dengan teman virtual pun juga tetap mereka simpan. Dengan demikian, *cyberculture* dengan segala keistimewaan di dunia virtual yang dianggap serba mudah dan mudah diakses, tetaplah membutuhkan sebuah pengalaman riil, yaitu untuk bertegur sapa dan bertemu muka serta mendapatkan ilmu fotografi secara lisan dan berbalut kajian akademis.

DAFTAR PUSTAKA

- Alasuutari, Pertti, 1995, *Researching Culture: Qualitative Method and Cultural Studies*, Sage Publications Ltd., California.
- Bell, David, 2005. *An Introduction to Cybercultures*. London: Routledge.
- _____, 2007, *Cyberculture Theorists : Manuel Castell and Donna Haraway*. London: Rutledge.
- Hadi, Sutrisno, 1984, *Metodologi Research*, Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.
- Koentjaraningrat, 1983, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, PT Gramedia, Jakarta.
- Langman, Sten & David Pick, 2018, *Photography as a Social Research Method*, Springer Nature, Singapore.
- Morris, Errol, 2011, *Believing is Seeing: Observations on the Mysteries of Photography*, Penguin Press, London.
- Neumann, Lothar F., 2010, *Dance in the Global Village: Cosmopolitans' dance in the global village: Shareholders, Stakeholders, Index-Trackers, Bondholders, Options Traders*,
- Nugroho, R. Amien, 2006, *Kamus Fotografi*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rose, Gillian, 2007, *Visual Methodologies: An Introduction to the Interpretation of Visual Materials*, London : Sage Publication.
- Sekaran, Uma, 2006. *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis*, Jakarta : Salemba Empat.
- Soedjono, Soeprapto, 2006, *Pot-Pourri Fotografi*, Penerbit Universitas Trisakti, Jakarta.
- Soelarko. RM, 1990, *Komposisi Fotografi*, Balai Pustaka, Jakarta.
- Svarajati, Tubagus P., 2013, *Photagogos: Terang-Gelap Fotografi Indonesia*, Suka Buku, Semarang.

Trend, David, 2001. *Reading Digital Culture*. Oxford : Blackwell Publishers.

Wijaya, Taufan, 2011, *Foto Jurnalistik dalam Dimensi Utuh*, CV. Sahabat, Klaten.

Pustaka lain

Arsita, Adya, 2017. *Simulakra Baudrillard dalam Multidimensi Posmodernisme: Kajian Fotografi Makanan dalam Media Sosial Instagram*. *Jurnal Rekam*, Vol. 13 No.2, Oktober 2017.
DOI:10.24821/rekam.v12i2.1424

Fitriani, Uswah Candra, 2016, *Pengaruh Aspek Visual Fotografi di Media Sosial Instagram (dalam Meningkatkan Daya Tarik Wisata Pantai Wediombo di Kecamatan Girisubo, Kabupaten Gunung Kidul Yogyakarta pada Desember 2015-April 2016)*. Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.

Komputer, G. I. ,2015. instagram. Retrieved January 1, 2017, from
<http://www.gudangilmukomputer.com/2015/12/sejarah-danperkembangan-aplikasi-sosial-media-instagram.html>

Thelander, Asa & Cecilia Cassinger, 2017. *Brand New Images? Implications of Instagram Photography for Place Branding*. *Media and Communication Journal*, Vol.5 Issue 4.
DOI: 10.17645/mac.v5i4.1053

Woodsong, Mack N., et.al., 2005, *Qualitative Research Methods: A Data Collectors's Field Guide*. Family Health International, North Carolina.