

***Cyberculture* dan Instagram: Sebuah Kajian Komunitas Fotografi Virtual**

Adya Arsita
Program Studi Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam
Institut Seni Indonesia (ISI) Yogyakarta
adya0258@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini hendak mengkaji bagaimana media sosial Instagram dengan budaya *cyber*nya berperan serta dalam perkembangan dunia fotografi dengan komunitas fotografi virtualnya. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunaannya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan mengunggah serta membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Fenomena ini menarik untuk dikaji karena pendidikan fotografi formal kemudian dipertanyakan posisinya di era 'fotografis' ini, selain itu karena atas nama fotografilah muncul beragam komunitas fotografi yang terkadang tidak 'diasuh' oleh lulusan atau praktisi fotografi profesional. Lebih lanjut lagi, menarik untuk ditilik apakah kesosialan manusia kini hanya terbatas pada ruang-ruang sosial yang serba virtual dan bagaimana dampaknya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu bagaimana budaya *cyber* (*cyberculture*) khususnya Instagram mempengaruhi kehidupan sosial terlebih dalam hal fotografi seperti terjadi dalam kelompok komunitas fotografi virtual. Metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis adalah metode kualitatif yang menganggap bahwa setiap petunjuk adalah penting untuk dianalisis. Mencari data melalui kuesioner sederhana juga dilakukan untuk lebih tepat menyoal kepada para anggota atau pengikut akun Instagram yang merupakan sebuah komunitas fotografi. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam ranah ilmu kajian fotografi sekaligus kajian budaya media.

Kata kunci: *cyberculture*, Instagram, komunitas, virtual

ABSTRACT

Cyberculture and Instagram: A Study of Virtual Photography Community. This research aims to find out how social media Instagram with its cyberculture has taken part in enriching the photography world with its virtual photography community. Instagram is an application to share photos which allows the user to download photos, to apply digital filter, and to upload them as well as to share them to various social media, including to Instagram itself. This phenomenon is interesting to analyze because a formal education of photography seems to be at the stake in this 'photographic' era. Not to mention that those communities are not managed by photography graduates or professional practitioners. Furthermore, it is interesting to see whether human's sociality is now mostly limited to virtual social spaces and what are the impacts like. The purpose of this study is to find out how cyberculture, especially one in Instagram, affects social life, in the context of photography, as occurs in a group of virtual photography communities. The research method used to analyze was a qualitative method that considers each and every clue is important to analyze. Searching for data through a simple questionnaire was also done to better target the members or followers of Instagram accounts belong to photography community. It is hoped that the results of this study could contribute to the realm of photography studies as well as the study of the culture of media.

Keywords: cyberculture, Instagram, virtual, community

PENDAHULUAN

Internet merupakan cikal bakal komunikasi lintas bangsa dan budaya dalam dunia maya yang bersistem *real time*. Komputer merupakan peranti awal yang bisa terkoneksi melalui internet dan kemudian disusul dengan ponsel pintar (*smartphone*) dan gawai (*gadget*). Seiring perkembangan laju teknologi, internet membuat ruang-ruang baru sosial dengan hadirnya beragam jenis media sosial, sebutlah

Facebook yang hingga kini masih populer dan diikuti dengan hadirnya Instagram yang peminatnya makin hari makin bertambah dikarenakan aksesnya lebih ringan dan lebih mudah.

Dalam media sosial Instagram, beragam paparan visual dihadirkan di sana, dari *online shop* dengan visualisasi dagangan mereka, *public figure* dengan visualisasi kesibukannya, pegiat dan penggiat fotografi dengan ruang pameran virtual

mereka, hingga *visual diary* para keluarga dengan keseharian mereka memenuhi unggahan foto (*feeds*) Instagram. Aplikasi visual sosial media dan gawai serta ponsel pintar telah menempatkan para fotografer amatir menjadi mampu untuk memproduksi karya-karya foto mereka dengan menyerupai hasil para profesional.

Instagram adalah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan mengunggah serta membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah membingkai 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 di peranti bergerak. Maka tak heran bila ikon Instagram menyerupai kamera Polaroid berwarna kecoklatan (Komputer, 2015).

Akses internet dan media sosial yang semakin lancar dan cepat bersinggungan erat dengan dunia fotografi, karena di semua media sosial

foto selalu diunggah, entah sebagai ilustrasi belaka atau sebagai sebuah entitas informasi. Dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk berbagi foto dalam dunia media sosial, maka kemampuan fotografi dan animo akan peranti fotografi pun harus ikut ditingkatkan. Maka, berlomba-lombalah produsen ponsel pintar untuk menciptakan ponsel yang tak sekadar ‘pintar’ namun juga canggih dalam lensa dan megapiksel kameranya.

Praktik-praktik berplatform visualisasi di sosial media tersebut sejatinya mempertanyakan, sejauh mana garis batas profesional dan non-profesional dibentangkan. Kehidupan sosial yang dulunya ‘*face-to-face*’ kini kembali dalam platform yang serupa namun dalam format yang berbeda, yaitu dalam bentuk visual fotografi yang menampilkan profil diri dan bahkan keseharian atau kegiatan mereka. Sekolah fotografi dan lembaga-lembaga fotografi formal tak lagi menjadi satu-satunya solusi untuk mendapatkan ilmu fotografi, karena kini banyak bermunculan kursus atau pelatihan fotografi virtual dalam berbagai komunitas fotografi virtual.

Zaman serba virtual semacam inilah yang dinamakan 'desa global' atau '*global village*' oleh (McLuhan, 1964). Desa global yang dimaksud oleh McLuhan ini dianalogikan sebagai sebuah komunitas masyarakat yang saling 'sepaham' dalam kemajemukannya dan hal ini merupakan salah satu semangat yang dikobarkan dalam bermedia sosial sekarang ini. Internet bahkan kini sudah masuk ke dalam ranah kajian akademis dan mulai menciptakan sekat-sekat yang berasaskan komunitas dan bisa menjadi bahan kajian ilmu yang interdisipliner (Bell, 2007 :1).

Fenomena ini menarik untuk dikaji karena pendidikan fotografi formal kemudian dipertanyakan posisinya di era 'fotografis' ini. Atas nama fotografi, muncul beragam komunitas fotografi yang terkadang tidak 'diasuh' oleh lulusan atau praktisi fotografi profesional. Lebih lanjut lagi, menarik untuk ditilik apakah sosialitas manusia kini hanya terbatas pada ruang-ruang sosial yang serba virtual dan bagaimana dampaknya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, dapat dirumuskan bahwa permasalahan yang hendak

dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana budaya *cyber* (*cyberculture*), khususnya Instagram, mempengaruhi kehidupan sosial terlebih dalam hal fotografi seperti yang terjadi dalam kelompok komunitas fotografi virtual.

Kajian tentang Instagram pernah dibahas oleh Uswah Candra Fitriani (2016) dalam skripsi tugas akhirnya yang berjudul *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)*. Dalam tugas akhir tersebut dibahas bagaimana media sosial Instagram mempunyai potensi untuk mendongkrak tingkat wisatawan untuk berkunjung ke tempat wisata Wediombo.

Instagram juga pernah diangkat sebagai topik kajian dalam jurnal Rekam volume 13 nomor 2 terbitan April 2017 oleh Arsita. Artikel yang berjudul *Simulakra Baudrillard dalam Multidimensi Posmodernisme: Kajian Fotografi Makanan dalam Media*

Sosial Instagram itu membahas mengenai maraknya fotografi makanan (*food photography*) dalam media sosial Instagram.

Kajian tentang realitas virtual di Instagram telah dibahas oleh Mary Code dalam tesisnya untuk meraih gelar magister di Faculty of Education, Brocks University di tahun 2015. Dalam tesisnya tersebut, ia memaparkan bagaimana murid-murid di suatu sekolah saling berinteraksi baik dengan teman dan gurunya, serta bagaimana mereka merepresentasikan, dan membentuk identitas mereka secara virtual. Temuan utama mereka adalah bagaimana visualisasi dalam bentuk unggahan foto di media sosial Instagram ditampilkan sesuai konvensi sosial, dalam artian sesuai minat khalayak dan tren yang berlaku. Dari beberapa acuan tersebut, pengetahuan dan dampak dari Instagram menginspirasi penulisan penelitian ini.

Fotografi

Fotografi sebagai sebuah media untuk menciptakan dan menghadirkan citra visual bisa dimanfaatkan dalam

berbagai tujuan dan fungsi. Sifat hakiki fotografi yang berfungsi untuk merekam dan mendokumentasikan sesuatu melahirkan apa yang disebut sebagai fotografi dokumenter (Soedjono, 2006:133).

Untuk menjadikan foto sebagai subjek yang mandiri untuk dimaknai, maka foto dijadikan sebuah instrumen untuk meyakinkan pembaca dan pemirsa. Kemampuan foto untuk menyimpan begitu banyak informasi visual hingga detil terkecil hanya dalam satu foto akan bisa menggantikan serangkaian kalimat yang panjang lebar untuk mendeskripsikannya. Dalam hal ini foto bisa menjadi instrumen yang sangat efektif untuk menjelaskan suatu peristiwa di mana serangkaian kata tak lagi cukup untuk memaparkannya (Rose, 2007 : 248).

Instagram

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto, menerapkan filter digital, dan mengunggah serta membagikannya ke berbagai layanan media sosial, termasuk milik

Instagram sendiri (Komputer, 2015). Fitur-fitur dalam media sosial khususnya Instagram merupakan indikator dalam kehidupan bersosialisasi melalui Instagram melalui *hashtag*, *geotag*, *follow*, *like*, *comment*, *mention*, *share* dan aplikasi tambahan semacam *repost app* atau *regram* (Bambang, 2012:53)

Cyberculture

Menggunakan *cyberspace* sebagai ajang menjalin relasi tertentu dalam suatu komunitas adalah salah satu bentuk *cybercultures* (Bell, 2005:163). Dalam sebuah komunitas *virtual*, orang menjadi lebih leluasa untuk mengekspresikan dirinya, walau sebetulnya apa yang mereka lakukan tidak berbeda dari kehidupan nyata sehari-hari (Rheingold dalam Trend, 2001: 274). Dalam dunia *virtual* itulah sebuah komunitas virtual terbentuk melalui kesamaan pandangan, cara pikir, dan sebagainya.

Dengan identitas baru (identitas virtual) seseorang bisa melakukan *trial and error* sampai pada masanya ia mengetahui sendiri, seperti apa

yang disukai oleh *user* lain. Dengan asumsi *user* lain menyukai identitas tersebut, maka seseorang akan berusaha mempertahankannya. Inilah yang kemudian disebut *pygmalion effect* (Rakhmat, 2004:75).

Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya budaya *cyber* yang turut andil dalam perkembangan dunia fotografi khususnya fotografi di ranah media sosial Instagram dan mengkaji seperti apakah komunitas-komunitas virtual terutama komunitas fotografi yang terdampak euforia media sosial Instagram dan tren fotografi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara akademik, maupun pragmatik dalam bidang fotografi. Manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut (1) menjadikan fotografi sebagai refleksi kehidupan sosial (2) memperluas pengetahuan masyarakat umum akan dunia media sosial (2) memperkaya bahan referensi dalam mempelajari fotografi bagi

mahasiswa Jurusan Fotografi, Fakultas Seni Media Rekam, ISI Yogyakarta dan pegiat fotografi pada umumnya.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat interpretatif dan deskriptif dalam metodologi visual dengan menggunakan pendekatan *grand theory cyberculture* yang dikompilasi oleh David Bell. Penelitian kualitatif bisa juga diartikan sebagai penelitian dengan sifat menyeluruh sebagai hasil dari konstruksi dan pemahaman yang interaktif dan tak terpisahkan antara objek yang diteliti dengan penelitinya (Endraswara, 2003:14-16).

Sifat menyeluruh dalam metode kualitatif menganggap bahwa setiap petunjuk adalah penting untuk dianalisis. Sebuah metode penelitian dimasukkan ke dalam kategori kualitatif jika analisis yang dilakukan juga kualitatif (Alasuutari, 1995:8). Variabel-variabel yang digunakan bukanlah nominal seperti layaknya

dalam penelitian kuantitatif, walau tidak menutup kemungkinan adanya penomoran dan pelabelan variabel. Potongan-potongan informasi yang didapat kemudian dianalisis sebagai satu kesatuan yang utuh karena analisis kualitatif memerlukan keabsolutan yang berbeda dari penelitian statistik. Beberapa data bisa saja dihilangkan atau justru digunakan semua untuk kepentingan penelitian, hal tersebut dilakukan sesuai dengan interpretasi peneliti. Metode penelitian kualitatif seringkali lebih efektif untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik secara kultural dan dalam konteks sosial (Woodsong, et.al., 2005).

Studi kepustakaan yang dilakukan adalah guna mencari bahan rujukan penulisan dan kemampuan analisis terhadap objek fotografi dan memberikan wacana-wacana terhadap bidang keilmuan secara umum dan fotografi pada khususnya. Sumber bisa didapatkan baik dari internet dan buku-buku ataupun jurnal yang relevan, khususnya untuk

penjelasan Instagram, *cyberculture*, dan fotografi.

Koentjaraningrat (1983:129) mengungkapkan bahwa wawancara adalah cara yang dipergunakan seseorang untuk tujuan tertentu jika ingin mendapatkan keterangan atau pendirian secara lisan dari seorang responden dengan cara-cara bercakap-cakap berhadapan dengan orang tersebut. Dalam penelitian ini dilakukan korespondensi secara virtual, yaitu dengan mencari data dan menanyakan hal-hal yang dirasa penting untuk kemajuan penelitian ini dengan para pemilik akun komunitas fotografi di Instagram. Dengan demikian akan didapatkan respon yang lebih sesuai dan didapatkan lebih banyak informasi (Sten, 2018: 27).

Angket digunakan untuk pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada orang lain yang dijadikan responden untuk

dijawabnya. Dalam penelitian ini dilakukan penyebaran angket ke beberapa pengikut akun Instagram yang berbasis komunitas fotografi. Menurut Uma Sekaran, beberapa hal perlu diperhatikan dalam penyusunan angket (2006:163) yaitu tentang prinsip penulisan angket, prinsip pengukuran, dan penampilan fisik.

Lingkup populasi dalam kajian ini adalah beberapa akun komunitas fotografi di Instagram yang diambil secara acak dari beberapa akun Instagram dengan mempertimbangkan tingkat popularitasnya melalui banyaknya fitur *followers* dan keaktifan interaksi serta komunikasi di akun tersebut. Komunitas fotografi di Instagram yang terpilih harus bisa dianggap mewakili tren kekinian dan bermuatan ilmu fotografi yang cukup mendalam.

Dalam hal ini dipilih tiga akun Instagram, yaitu @geonusantara, @instanusantara, dan @kofipon. Langkah selanjutnya adalah melihat muatan-muatan pesan yang direpresentasikan dalam visualisasinya dengan pemahaman kajian fotografi

dan pendekatan *cyberculture*. Kesimpulan sementara adalah bahwa dengan hadirnya berbagai jenis komunitas fotografi virtual yang bisa dianggap sebagai manifestasi dari *cyberculture* dalam masyarakat global, bisa mengembangkan hobi dan keilmuan dalam bidang fotografi.

PEMBAHASAN

Foto dianggap sebagai sebuah perpanjangan indera penglihatan manusia yang memuat detail realitas yang dibekukan dalam sebuah citraan dwi matra. Maka, tidak dapat disangkal bahwa jargon "*camera never lies*" atau "*a picture is worth a thousand words*" sepertinya memang tepat dilekatkan untuk fotografi. Begitu sebuah foto diproduksi dan dikonsumsi, maka fotografi akan membentuk suatu kesadaran umum yang baru, karena fotografi tidak hanya berdampak terhadap pemahaman akan realitas, tetapi juga bagaimana ia kemudian dinarasikan.

Fotografi di era yang bahkan kini disebut dengan "*photographic era*" telah melintasi batasnya sendiri. Dokumentasi-dokumentasi berupa foto kini tak sekadar menghiasi buku album

foto atau pigura foto pribadi, namun telah mejadi sebuah dokumen massal. Media sosial kini telah menjadi sebuah sarana baru 'pengarsipan fotografi' virtual yang makin hari makin digemari khalayak. Selama ini fotografi dimaknai dengan hasil karya foto itu sendiri, bagaimana sebuah foto merefleksikan ide dan gagasan si fotografer. Satu hal baru di era *cyberculture* ini adalah bahwa kini fotografi juga dimaknai dari prosesnya, yaitu memotret sekaligus berbagi atau mengunggahnya ke media sosial. Praktik fotografi yang kini kerap menggunakan ponsel pintar berkamera canggih atau pun kamera digital dengan spesifikasi yang makin canggih tanpa disadari akan menciptakan budaya hibriditas.

Memotret dengan menggunakan kamera di ponsel pintar dipicu oleh gaya keseharian fotografi di era sekarang, bahwa siapa saja bisa menjadi fotografer. Konvensi sosial dan norma-norma sosial yang berlaku bagai menuntun orang untuk membuat foto yang memang akan disukai oleh semua khalayak. Dalam konteks media sosial Instagram, hal tersebut terkait dengan akan didapatkannya

likes dan *followers* yang semakin meningkat di akun Instagram pribadi mereka. Orlikowski (2007) menyatakan bahwa praktik fotografi kini dipandang sebagai sebuah kombinasi antara mentalitas, artefak, teknologi, wacana, nilai-nilai, dan simbol-simbol yang berlaku.

Praktik fotografi kemungkinan besar semakin hari semakin dilakukan dengan lebih spontan karena adanya kemudahan fitur-fitur di kamera digital atau pun kamera di ponsel pintar. Selain itu, peranti lunak di komputer semakin mempermudah praktik fotografi di era modern, karena hasil foto bisa diedit, dihapus, diperbaiki, dan dipercantik. Dengan demikian, penerapan aplikasi filter dan peranti lunak untuk mengedit foto di ponsel pintar dan media sosial Instagram juga telah mempengaruhi dunia fotografi di masa sekarang ini. Terlebih lagi, dengan media sosial Instagram, foto (bahkan video) bisa juga diproduksi secara instan dengan fitur kamera di Instagram, untuk kemudian diedit dan dimanipulasi secara digital, dan segera diunggah ke Instagram sendiri. Hal-hal tersebut di ataslah yang kemudian

membuat komunitas fotografi virtual semakin menjamur di media sosial Instagram. Berikut adalah sampel akun Instagram yang berbasis komunitas fotografi.



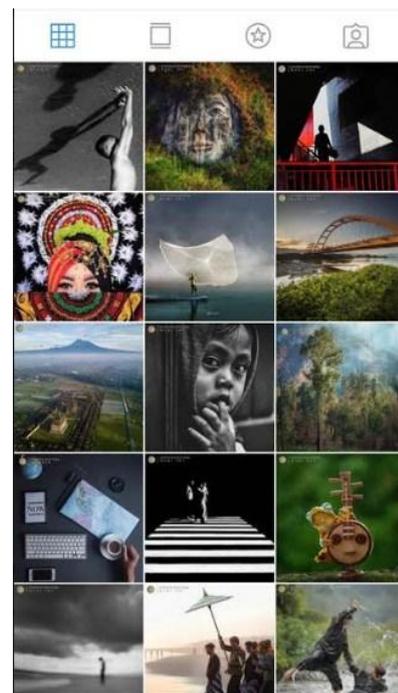
Gambar 1
Nama akun IG: @instanusantara



Gambar 2
Feeds dari IG: @instanusantara
Posts :4408 / Followers :218k



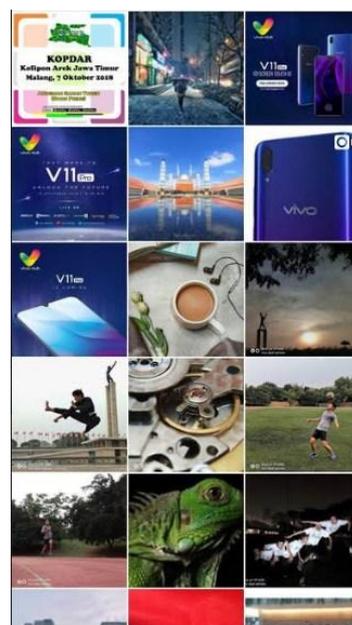
Gambar3
 Nama akun IG: @geonusantara



Gambar 4
 Feeds dari IG: @geonusantara
 Posts :2967 / Followers :107k



Gambar5
 Nama akun IG: @kofipon



Gambar 6
 Feeds dari IG: @kofipon
 Posts :743 / Followers :14.5k

Para *followers* atau pengikut ketiga akun Instagram di atas bertindak sebagai agen penyebar informasi dan seolah mengaktifkan eksistensi akun-akun Instagram tersebut melalui program unggah dan berbagi fotonya. Kebanyakan para pengikut akun-akun seperti di atas berlatar belakang hobi fotografi yang cukup tinggi, yang sebagian mungkin merupakan siswa di lembaga atau sekolah fotografi. Tidak hanya kemampuan berfotografi yang mereka miliki, tetapi juga kemauan mereka untuk menerapkan strategi ala 'Instagrammer', yaitu menerapkan aplikasi *hashtag* (tagar) di setiap unggahan fotonya agar meningkatkan jumlah khalayak yang mengunjungi akun mereka dan mungkin kelak menjadi pengikut akun Instagram pribadi mereka.

Akun Instagram @geonusantara dan @instanusantara mempunyai peraturan dasar mengenai jenis-jenis foto yang bisa diunggah di sana. Seperti yang terlihat pada beberapa *feeds* awalnya kedua akun Instagram tersebut fokus pada keindahan lansekap yang ada di penjuru nusantara Indonesia. Akun Instagram @kofipon

pun mempunyai aturan mainnya sendiri, yaitu bahwa foto-foto yang dikirimkan kepada admin haruslah diambil dengan kamera ponsel. Nama akun 'kofipon' yang merupakan singkatan dari 'komunitas fotografi ponsel' sebetulnya sudah menunjukkan 'jati diri'nya bahwa akun tersebut hanya menerima foto-foto hasil bidikan kamera ponsel.

Dengan demikian, aturan main yang jelas dalam mengunggah foto di kedua akun tersebut telah menetapkan konvensi sosial tentang foto yang mana dan seperti apa yang layak tayang. Seringkali kedua akun tersebut juga membuat semacam kompetisi fotografi virtual dengan tema tertentu yang masih terkait dengan keindahan nusantara. Penghargaan yang diberikan bisa dalam rupa material jika memang ada sponsor, atau seringkali penghargaan diberikan dengan cara memilih beberapa foto terbaik dan mengunggahnya di akun tersebut dengan menyematkan *caption* tentang foto terkait dan siapa fotografernya. Hal tersebut dilakukan dengan melengkapinya dengan tanda tagar dan *mention* (menyebutkan) akun si pemenang kompetisi fotografi tersebut.

Akun Instagram @kofipon dalam hal ini lebih fleksibel dan tidak berfokus pada satu tema saja. Tema foto akan disampaikan jika ada kompetisi fotografi yang akan berlangsung, lengkap dengan persyaratannya.

Partisipan kompetisi-kompetisi dalam akun komunitas fotografi virtual mencoba memaknai tugas-tugas foto yang dikompetisikan tersebut dengan mengaitkannya dengan pengalaman keseharian mereka yang berlatar belakang hobi atau pegiat fotografi amatir. Performa mereka ditunjang dengan tuntunan-tuntunan dari akun Instagram yang mereka ikuti. Dengan demikian, benang merah keseragaman citraan fotografis mereka dapat ditarik dari konvensi-konvensi yang ditetapkan dan disepakati bersama di masing-masing akun Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode angket atau kuesioner sederhana untuk sekadar mencari tahu seperti apakah para pengikut akun Instagram tersebut dari segi umur, latar belakang minat fotografi, jenis kelamin, serta alasan mereka mengikuti akun-akun komunitas fotografi di Instagram. Dari 75 angket yang didistribusikan, ternyata respons

positif yang didapatkan hanya 56 saja. Hal ini berarti hasil angket masih bisa dianggap layak untuk dianalisis dan dikomparasikan dikarenakan secara prosentase sudah mencapai sekitar 75%.

Hasilnya adalah bahwa kebanyakan pengikut akun-akun tersebut berdasarkan hobi mereka di dunia fotografi (63%), selebihnya karena tuntutan studi dan cita-cita menjadi fotografer (18%), sedangkan sisanya dikarenakan alasan yang cukup bervariasi. Pengikut akun Instagram @geonusantara, @instanusantara, dan @kofipon kebanyakan berjenis kelamin pria (75%), disusul wanita (20%), dan sisanya memilih tidak menyebutkan jenis kelaminnya. Rentang usia yang menjadi partisipan kuesioner juga cukup bervariasi, dari usia 17 tahun hingga 40 tahun, dan kebanyakan berada di rentang usia 18 tahun hingga 23 tahun (74%). Dengan demikian, secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa Instagram merupakan ruang pameran virtual yang menarik bagi kaum pria di usia dewasa muda dikarenakan mereka mempunyai hobi fotografi.

Hal yang cukup menarik dari hasil

angket yang diedarkan adalah cukup besarnya animo responden untuk bisa bertemu dan bertatap muka dengan sesama anggota di suatu akun Instagram. Hampir sebagian besar menyebutkan ingin melakukan 'kopdar' yang merupakan singkatan dari istilah 'kopi darat'. Hal lain yang tidak kalah menarik adalah antusiasme responden untuk bisa mendapatkan tambahan ilmu fotografi baik secara formal dan non-formal dikarenakan bagi mereka *sharing* ilmu dan tips fotografi di Instagram tidaklah cukup. *Live feeds* tentang fotografi yang kerap diadakan oleh suatu admin Instagram dianggap belumlah cukup untuk menambah bekal ilmu fotografi mereka.

Platform virtual yang ditawarkan ruang pameran ala Instagram ternyata tidak dengan begitu saja meniadakan entitas fisik, yaitu adanya pertemuan antar-anggotanya untuk saling *sharing* dan bertukar ilmu serta pengalaman di dunia nyata. Keinginan beberapa responden untuk bisa menempuh jalur akademis resmi dalam mendapatkan ilmu fotografi cukup 'melegakan' hati para pengampu kepentingan akademis fotografi.

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 bertemuka 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.

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.

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->