

**PENGALAMAN KOMUNIKASI DAN KONSEP DIRI PADA
FOODSTAGRAMMER DI KOTA BANDAR LAMPUNG DALAM PERSPEKTIF
FENOMENOLOGI**

Annisa Widya Putri*, **Tina Kartika****

Universitas Lampung

Jl. Prof. Dr. Soemantri Brodjonegoro No. 1, Gedung Meneng 35145 Bandar Lampung,
Telp. (0721) 704626, Fax. (0721) 704626

pannisawidya62@gmail.com*, tina.kartika@fisip.unila.ac.id**

Abstract

Social media has developed very rapidly, there are many new phenomena that have emerged so that many people express themselves through online media applications. The emergence of the foodstagram phenomenon where someone who is called likes to take photos of food is then published on social media. This study aims to reveal the communication experience and self-concept of foodstagrammers in Bandar Lampung City which is seen through the context of physical, psychological, and social characteristics. The approach in this research is a qualitative approach with the type of phenomenological study. Subjects in this study were selected purposively. Data collection was obtained through in-depth interviews, observations or observations and literature studies. The results of this study found that the self-concept of the foodstagrammer is a positive self- concept because all informants feel comfortable and open with themselves and the activities they do as foodstagrammers. On the physical aspect, all informants have positive and negative self-concepts. On the positive self-concept is where they show the advantages possessed by each of them. In the psychological aspect, all informants have a positive self- concept including thoughts, feelings, and attitudes they have. Then, in the social aspect, the self-concept obtained is positive because their environment and social fully support their activities.

Key words: foodstagrammer , communication experience, self-concept

A. Pendahuluan

Media sosial merupakan sebuah wadah atau yang biasa disebut dengan istilah *platform* bagi para pengguna dalam memfokuskan eksistensinya dalam beraktifitas serta berkolaborasi. Fasilitas didalam media sosial bertujuan bagi penggunaanya agar memiliki suatu ikatan social. Diketahui bahwa, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) berkembang cukup pesat sehingga perkembangan ini menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi yang memiliki pengaruh cukup besar dikalangan masyarakat serta banyak diminati.

Media sosial memungkinkan bagi para penggunaanya dalam mempresentasikan diri untuk berinteraksi, kerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan para pengguna media sosial lainnya. Ikatan sosial akan terbentuk secara virtual melalui komunikasi di jejaring sosial media. Ada tiga bentuk makna dimana makna ini dapat merujuk kedalam ranah media sosial, yakni pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*), dan kerjasama (*cooperation*).¹

Kita semua mengetahui bahwa disaat ini media sosial merupakan cara bagi masyarakat dalam bersosial dan berkomunikasi. Sebuah lembaga bernama *WE ARE SOCIAL* mengemukakan hasil riset dimana riset ini terhadap penggunaan internet dengan jumlah yang cukup tinggi dengan jumlah sebanyak 15 persen atau sekitar 38 juta penggunaanya. Banyaknya pengguna khususnya di Indonesia tentunya memiliki kesempatan dalam

mengoptimalkan penggunaan dari kehadiran media sosial ini yang dikenal sebagai alat komunikasi.

Pengaruh sebuah teknologi sangat besar bagi kehidupan manusia. Sebuah kehidupan serta kegiatan akan menjadu cepat dan mudah dikarenakan munculnya teknologi yang semakin mutakhir seiring perkembangan jamannya. Hal ini bisa dikatakan bahwa sebuah teknologi dapat membentuk pikiran hingga tindakan seseorang. Dikatakan bahwa manusia memiliki relasi simbolik dengan teknologi. Manusia menciptakan teknologi hingga pada gilirannya akan tercipta kembali siapa diri kita sebenarnya.

Internet merupakan sebuah wadah bagi pengguna media sosial. Hasil survey telah dilakukan oleh APJII pada tahun 2018 mengenai Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia yang dikirimkan dan diakses langsung ke e-mail penulis yakni:



(Sumber: <https://apjii.or.id/content/utama/39> diakses pada 07 Mei 2020, pukul 20:51 WIB).

Dikalangan masyarakat, khususnya anak mudia, media sosial telah menjadi sebuah fenomena, para *creator* semakin berinovasi dalam menciptakan sebuah aplikasi *online* yang baru dikarenakan semakin

¹ Nasrullah Rulli, *Teori Dan Riset Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014).

banyaknya pengguna internet pada saat ini. Para *creator* akan menciptakan aplikasi dengan cara menciptakan inovasi terbaru dari apa yang telah ada sebelumnya sesuai dengan keinginan dan target pasar. Sifat dari media sosial ialah dua arah, dimana *feedback* atau pengguna dapat secara langsung memperoleh umpan balik. Media sosial dijadikan sebagai wadah dalam memudahkan penggunaannya dalam bertukar informasi, khususnya dalam menyalurkan hobinya. Sebuah aplikasi media sosial yang banyak diminati oleh banyak kalangan yakni Instagram.

Instagram memiliki beberapa fitur yang memungkinkan para penggunaannya dalam menklasifikasikan beberapa foto yang mereka *posting*. Hasil postingan ini nanti akan diklasifikasikan lagi. Salah satu fiturnya yakni fitur *hashtag* atau tagar (#). Seperti akhiran kata - *gram* yang ditambahkan pada setiap kata yang menjadi ciri khas pada Instagram. Sebuah istilah baru bagi para pengguna Instagram yakni *#foodstagram*. Hastag ini menjadi fenomena di Instagram khususnya bagi para pecinta kuliner.

Media sosial pada dasarnya diciptakan sebagai wadah untuk berkomunikasi. Namun, seiring dengan berjalannya waktu munculah berbagai macam aplikasi yang berguna sebagai wadah dalam wujud mengekspresikan diri sehingga muncu berbagai macam fenomena baru, antara lain fenomena *foodstagram*. Fenomena ini memunculkan sebuah kreasi baru dimana pengguna yang disebut sebagai *foodstagram* yang memiliki kecintaan terhadap suatu kuliner yang dituangkan ke dalam media sosial sebagai wujud apresiasi diri. Dalam hal ini, mereka

mengekspresikan dengan cara memfoto serta mengunggahnya ke dalam media sosial yang kemudian dijadikan dalam bentuk *review* yang bersifat *informative* serta menginspirasi. *Foodstagram* tidaklah sebatas mereka yang memfoto makanan saja, namun daripada itu agar tampilan hasil foto terlihat menarik, maka diperlukan *skill* pada bidang fotografi sehingga memberikan efek yang lebih bagi siapa saja yang melihatnya, sehingga bagi yang melihat mereka akan merasa tergiur akan hasil foto yang didapat dan dilihat.

Pada pembahasan ini juga, peneliti mencari beberapa pencarian mengenai kegiatan *foodstagrammer*, hal ini terbukti dengan adanya beberapa hashtag atau tagar (*#foodstagram*) yang mencapai angka cukup tinggi yakni sebanyak 61,7 juta untuk unggahan dari seluruh dunia, serta tagar *#indonesiafood* yang mencapai 439 ribu postingan di Indonesia, dan di Bandar Lampung sendiri mencapai 69 ribu postingan dengan tagar *#lampungfoodies*.

Sebuah fenomena yang muncul dikalangan masyarakat akan suatu hal yang baru dimana menimbulkan pro dan kontra terkait postingan yang diunggah ke media sosial Instagram. Fenomena ialah hal didasari oleh kesadaran yang terjadi bagi para individu masing-masing. Dalam hal ini, fenomenologi akan mencoba untuk menjelaskan kembali atau mengungkapkan sebuah makna yang ada pada masing-masing individu. Situasi yang alami terjadi dikarenakan tidak ada batasan didalam menafsirkan suatu fenomena yang dikaji, dengan kata lain bahwa seorang peneliti bebas dalam menganalisis data yang akan diperoleh. Fenomenologi sewajarnya

dapat ditinjau sebagai suatu muatan objektif (yang disengaja) dari tindakan sadar yang subjektif. Jadi, fenomenologi mencoba untuk menelusuri lebih dalam mengenai suatu kesadaran akan fenomena yang terhubung didalamnya.²

Pandangan dan perasaan kita akan diri sendiri disebut dengan konsep diri. Sebuah persepsi yang menggambarkan diri sendiri mengenai kondisi psikologis, sosial dan fisik. Peneliti akan meneliti tentang suatu fenomenal atau peristiwa yang terjadi saat ini mengenai suatu kegiatan yang dinamakan *foodstagrammer* bagaimana mereka memandang atau meliaht diri dari sisi positif dan sisi negatif dari kegiatan yang mereka lakukan.

Penelitian ini cukup menarik dilakukan bagi peneliti dalam mengambil topik akan fenomena *foodstagrammer* atau yang dikenal sebagai seseorang yang gemar melakukan kegiatan memfoto makanan dan di *posting* ke media sosial Instagram. Munculnya berbagai sikap yaitu pro dan kontra bagi masyarakat akan alasan seseorang yang gemar memfoto makanan, padahal sejatinya diketahui bahwa hal ini cukup unik karena makanan itu harus dimakan, bukan difoto terlebih dahulu. Perilaku seperti ini dapat diketahui melalui pengalaman komunikasi dan konsep diri *foodstagrammer*.

Berdasarkan pendahuluan diatas, maka penulisan jurnal ini dilandasi asumsi bahwa adanya keterkaitan antara konsep diri, fenomenologi, dan pengalaman

komunikasi yang diciptakan oleh para *foodstagrammer*.

B. Metode Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan melakukan pendekatan kualitatif dengan fenomenologi yang merupakan strategi bagi peneliti dalam mengidentifikasi hakikat akan pengalaman seseorang dengan fenomena tertentu.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar ilmiah yang dimaksudkan agar menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dan melibatkan berbagai metode yang ada.

Tipe penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan fenomenologi merupakan strategi penelitian dimana dalam suatu penelitian mengidentifikasi hakikat dari pengalaman individu akan fenomena tertentu yang bertujuan guna mengetahui sudut pandang seseorang yang secara langsung mengalaminya serta dikaitkan dengan sifat-sifat pengalaman seseorang dan makna yang ada pada dirinya.³

Penelitian kualitatif ialah dengan kegiatan sedemikian rupa sehingga ia melihat dan memandang kenyataan subjektif dari subjek penelitian. Satu teknik dalam penelitian kualitatif ialah hasilnya harus diketahui bahkan dipelajari serta disepakati oleh subjek penelitian.

² Kuswarno Engkus, *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsep, Pedoman Dan Contoh Penelitian* (Bandung: Widya Padjajaran, 2009). h. 6

Annisa Widya Putri dan Tina Kartika

³ Lexy J Meleong, *Metologi Penelitian Kualitatif*, Revisi (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018). h. 5

C. Hasil Dan Pembahasan

1. Konsep Diri

Sebuah pandangan akan perasaan mengenai diri sendiri disebut konsep diri. Hal ini yang disebut bahwa seseorang akan berpikir mengenai diri sendiri dimana aktivitas ini merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, bahwa *self* atau diri merupakan suatu pusat dunia sosial bagi setiap manusia. Seperti yang telah kita ketahui, Faktor genetic juga melibatkan sebuah peran terhadap suatu identitas diri atau yang biasa dikenal dengan konsep diri didasari oleh ketika seseorang melakukan interaksi dengan orang lain dengan mempelajarinya dimulai ketika berinteraksi dengan anggota keluarga terdekat dan kemudian membeberanikan diri untuk masuk ke interaksi dengan dunia luar hingga mengamati diri sampai pada penggambaran akan menilai diri sendiri, ini yang disebut dengan konsep diri.

Konsep diri akan individu ialah mengenal psikologi, sosial, dan fisik. Namun pada konsep ini tidak hanya melibatkan gambaran deskriptif, tetapi bersifat penilaian individual. Dalam hal ini meliputi tentang apa yang dipikirkan dan dirasakan bagi masing-masing individu tersebut. Hal ini mengacu kepada bidang spesifik tentang diri manusia itu sendiri.

2. Pengalaman Komunikasi

Sebuah pengalaman komunikasi dihasilkan dari interaksi antar individu ialah sebuah pesan sehingga menghasilkan proses berbagai makna melalui simbol-simbol

tertentu.⁴ Interaksi yang dilakukan oleh *foodstagrammer* menghasilkan sebuah pesan. Terjadi pesan antar *foodstagrammer* dengan para *followers* mengenai informasi kuliner. Pengalaman atas fenomena yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengalaman atas fenomena komunikasi.

Pengalaman akan dikategorisasi oleh individu melalui karakteristik pengalaman tersebut berdasarkan pemaknaan yang diperoleh dimana pengalaman merujuk pada sesuatu yang dialami dan fenomena yang dialami akan di klasifikasikan menjadi pengalaman tertentu, Ihde mengungkapkan bahwa: *"Every experiencing has its reference of direction toward what is experienced, every experienced phenomenon refers to or reflects a mode of experiencing to which it is present"*.

Sebuah pernyataan yang menggambarkan bahwa setiap pengalaman yang dimiliki seseorang bersifat karakteristik yang berbeda-beda dengan tekstur maupun struktur yang ada pada masing-masing pengalaman. Pengalaman ini mendeskripsikan tentang apa dan bagaimana sebuah pengalaman tertentu dengan pengalaman yang lain. Penelitian ini akan mengkategorisasikan pengalaman komunikasi yang

⁴ Hafiar Hanny, *Problematika Atlet Penyandang Cacat, Studi Komunikasi Mengenai Kompleksitas Komunikasi Atlet Penyandang Cacat* (Bandung: UNPAD Press, 2012).h. 339

dimiliki oleh seorang *foodstagrammer* menjadi pengalaman komunikasi baik itu menyenangkan atau tidak menyenangkan.

Penjelasan tentang pengalaman komunikasi yang menyenangkan maupun tidak menyenangkan dengan diawali dengan pernyataan bahwa komunikasi memiliki dimensi isi dan dimensi hubungan.⁵

Karakter hubungan yang sehat dapat ditunjukkan melalui pengalaman menyenangkan (positif) yang didapatkan dengan adanya sifat penerimaan, kehangatan sikap, dan perhatian satu sama lain. Sedangkan pengalaman komunikasi yang tidak menyenangkan (negatif) berarti sebaliknya.

Pada penelitian ini, keempat informan memiliki pengalaman yang menyenangkan. Peristiwa komunikasi yang menyenangkan salah satunya diperoleh melalui hasil interaksi para *foodstagrammer* dengan keluarga maupun orang terdekat (*significant other*). Keempat informan memiliki komunikasi yang baik dengan keluarga dan orang terdekat dimana keluarga mereka mengetahui kegiatan mereka sebagai *foodstagrammer*, dan masing-masing keluarga dan orang terdekat dari keempat informan memberikan motivasi dan dukungan kepada informan. Pihak keluarga dari masing-masing informan merasa lebih mendapatkan informasi

yang banyak dari informan dimana mereka dapat mengetahui kuliner-kuliner terbaru, turut serta mencicipi makanan yang mereka dapatkan, dan memberikan nasihat untuk tetap menjaga kesehatan karena sering mengonsumsi makanan dari berbagai macam tempat.

Sikap motivasi serta penerimaan dari lingkungan internal seperti keluarga dan lingkungan eksternal (luar) dapat membangkitkan potensi serta rasa percaya diri yang dimiliki oleh seseorang. Seseorang akan mendapatkan penerimaan akan dirinya sendiri. Pada keempat informan memiliki hubungan komunikasi yang baik dengan lingkungan sosialnya, keempat informan mengakui bahwa mereka merupakan pribadi yang mampu menerima masukan serta mengambil pemikiran positif ketika mereka mendapatkan komentar ataupun stigma dari orang lain yang dijadikan acuan agar dapat menjadi lebih baik kedepannya. Sehubungan dengan penelitian ini, pengalaman komunikasi yang dimiliki oleh *foodstagrammer* di Kota Bandar Lampung masuk kedalam kategori pengalaman komunikasi yang sifatnya positif berupa penerimaan, motivasi, dukungan yang didapat. Dengan demikian, berbagai peristiwa yang dialami dapat menambah pengetahuan individu. Suatu peristiwa yang mengandung unsur komunikasi yang dianggap penting akan menjadi pengalaman yang paling diingat dan memiliki

⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (Bandung: Remaja Rosdakarya, n.d.). h. 99

dampak khusus bagi individu tersebut.⁶

3. Fenomenologi

Fenomenologi diperkenalkan oleh Johann Heirinch dimana kata ini diambil dari bahasa Yunani yakni *phainomai* berarti "menampak". Manusia memahami dunia dengan melalui pengalaman langsung dengan tujuan mencari pemahaman hakiki dan diperlukan pembahasan yang lebih dalam. sebuah istilah fenomenologi yang memiliki arti sebagai sesuatu yang menampak atau tampak, dan kata logos yang artinya ilmu. Jadi, fenomenologi diartikan sebagai ilmu yang menampak atau guna menjawab mengenai penjelasan akan sebuah realitas yang tampak.

Seorang yang pertama mencoba untuk menjelaskan tentang bagaimana suatu fenomena dalam mengembangkan wawasan ke dalam dunia sosial ialah Alfred Schutz. Ia berusaha untuk menjelaskan akan pusat perhatian seseorang dalam memahami kesadaran orang lain, namun dia juga tetap hidup dalam aliran kesadaran dirinya sendiri. Sebuah pandangan yang digunakan dalam memahami sebuah kesadaran dengan konsep yang intersubjektif dimana, intersubjektif itu adalah *life-word* atau kehidupan dunia yang biasa dikenal dengan kehidupan dunia sehari-hari.

Realitas sosial dapat

dianalisis dengan mengaitkannya dengan fenomenologi dan bagaimana bentuk dari pengetahuan dalam memberikan kontribusi. Fenomenologi dalam prinsipnya ialah mencari serta mengamati fenomena atau sesuatu yang sifatnya tampak dengan menunjukkan kesamaan antara yang tampak dengan yang diterima oleh pengamat tanpa adanya perubahan. Jika hal ini dikaitkan dengan sebuah fenomenologi, maka peneliti menjelaskan bahwa tiap orang memiliki pandangan yang berbeda dalam mengartikan suatu fenomena. Dengan kata lain, adanya para *foodstagrammer* maka tiap orang akan memiliki pemaknaan yang berbeda-beda dalam menentukan dan memahami suatu gagasan sehingga mendasari terbentuknya konsep dari seseorang yang disebut *foodstagrammer* di media sosial Instagram.

Perbedaan pada tiap-tiap motif dalam menggunakan media akan memberikan manfaat serta rasa kepuasan bagi penggunanya. Fenomena adanya *foodstagrammer* akan memiliki rasa kepuasan tersendiri dalam menggunakan media sosial dikarenakan hal ini dianggap sebagai hiburan serta adanya informasi didalamnya jika dibandingkan hanya sekedar menggunggah bahkan melihat foto pribadi di akun Instagram seseorang.

Maraknya para *foodstagrammer* dalam mengekspresikan unggahan foto mereka ke media sosial jelas memang terjadi sehingga peneliti memilih sebuah fenomena

⁶ Hanny, *Problematika Atlet Penyandang Cacat, Studi Komunikasi Mengenai Kompleksitas Komunikasi Atlet Penyandang Cacat*. h. 308

adanya *foodstagrammer* sebagai sebuah studi kasus yang terjadi didalam lingkup media sosial Instagram. Bagi sebagian orang, mungkin menganggap hal ini aneh dan tidak masuk akal, bagaimana seseorang bisa menfoto sebuah makanan dan menjadikannya sebuah hobi, padahal seperti yang kita ketahui adalah makanan bukan suatu objek yang menarik untuk difoto. Namun sebagian lainnya akan merasakan manfaat akan hadirnya fenomena ini sebagai suatu informasi yang berguna dimana dalam fenomena *foodstagrammer* ini dianggap mampu mengenalkan beberapa informasi kuliner, resep masakan, serta hal kekinian yang sedang menjadi perbincangan.

4. Gambaran Umum *Foodstagrammer*

Foodstagram merupakan sebuah istilah yang digunakan bagi mereka yang gemar memfoto makanan dan kemudian mempostingnya kedalam akun media sosial masing-masing. Adanya fitur bernama Hashtag atau tagar (#) maka seseorang akan mendapatkan informasi dengan mudah mengenai foto-foto yang berkaitan dengan sebuah masakan atau makanan. Istilah ini merupakan sebuah deskripsi yang menggambarkan kegiatan seseorang dalam mengunggah foto ke dalam Instagram. Bagi orang yang melakukan *foodstagramming* merupakan sebuah julukan yang disebut sebagai *foodstagrammer*.

Kehadiran *foodstagrammer* dapat meraih sebuah ketenaran akan popularitas yang tinggi

disebabkan turut andil dalam menggunakan fitur-fitur didalamnya. Sebuah julukan baru bagi para penggunanya dimana kata-kata ini diambil dari bahasa Inggris *food* yang artinya makanan, dan *grammer* yang diambil dari akhiran kata Instagram. Maka bagi seseorang yang gemar memposting foto makanan ke dalam Instagram disebut *foodstagrammer*. Sebuah kecanggihan dalam teknologi mampu membawa seseorang dalam mengekspresikan seperti menjadi apa yang mereka mau.

5. Analisi Konsep diri *foodstagrammer*

Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber atau informan, maka peneliti dapat menganalisis mengenai Konsep Diri Pada *Foodstagrammer* di Kota Bandar Lampung. Pada penelitian ini, menurut peneliti yang menjadikan faktor paling berpengaruh dalam konsep diri seseorang adalah faktor internal dan eksternal. Konsep diri menurut Hurlock dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu :

- a. Faktor internal meliputi : intelegensi, motivasi, kompetisi personal, episode keberhasilan dan kegagalan, status kesehatan, dan penampilan fisik.
- b. Faktor eksternal meliputi : lingkungan, keluarga, sosial, dan peran pendidik.⁷

Berdasarkan faktor internal

⁷ Imam Setiawan, "Pengaruh Mentoring Agama Islam Terhadap Perubahan Konsep Diri Mahasiswa Muslim Universitas Sumatera Utara" (Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara, n.d.).

dan eksternal yang mempengaruhi konsep diri seseorang, peneliti merumuskan ke dalam daftar pertanyaan kepada narasumber atau informan. Peneliti mengajukan pertanyaan umum kepada informan terkait yang mereka ketahui tentang fenomena *foodstagrammer* atau mereka yang memposting sebuah foto makanan ke media social Instagram, dimana merekalah yang merupakan pelaku *foodstagrammer* tersebut. Alasan penelitimengajukan pertanyaan umum guna mengetahui lebih tentang gambaran umum mengenai *foodstagrammer*.

Informan menyatakan bahwa makanan merupakan sebuah karya. Informan pertama dan kedua beranggapan bahwa objek foto seperti orang, gedung, dan pemandangan sudah biasa, namun objek foto makanan merupakan suatu hal yang tidak mudah untuk di foto. Apabila foto makanan yang dihasilkan bagus, maka akan menarik minat orang-orang yang melihat hasil dari foto makanan tersebut. Informan ketiga beranggapan bahwa makanan merupakan sebuah karya dan setiap orang harus menghargai makanan karena proses dalam pembuatan makanan tidaklah mudah, dibutuhkan waktu, tenaga, dan pikiran bagi yang memasaknya untuk menghasilkan sebuah makanan yang layak dimakan. Kemudian, informan keempat beranggapan bahwa makanan tidak hanya sekedar memiliki cita rasa yang enak, namun harus ada teknik *plating* atau seni penataan dan penyajian makanan. Bagi seorang *foodstagrammer* yang latar

belakangnya adalah memfoto makanan pastinya dibutuhkan *gadget* atau kamera agar dapat menunjang hasil foto makanan yang bagus.

Pada masing-masing informan sangat menyadari betul tentang dirinya sendiri, merasa nyaman dengan dirinya dan kegiatan yang mereka jalani sebagai *foodstagrammer*, sehingga masing-masing informan memiliki konsep diri yang positif. Mereka memiliki pesan tersendiri dari foto yang mereka unggah, yaitu mengunggah foto makanan ke Instagram. Seperti pada pertanyaan, "Apa yang mendorong Anda mejadi *foodstagrammer*?", masing-masing informan pun memiliki jawaban yang sama atas pertanyaan ini. Mereka menganggap bahwa dorongan tersebut dari diri mereka sendiri.

Informan pertama (Chyntia), mengatakan bahwa dorongan tersebut ada dari diri sendiri dikarenakan ia memiliki hobi masak, kemudian hasil masakan tersebut di foto, dan di unggah ke Instagram. Informan kedua (Balqis), mengatakan bahwa dorongan tersebut berasal dari diri sendiri. Informan ketiga (Rio), mengatakan bahwa yang mendorongnya adalah dirinya sendiri karena ia suka memfoto makanan, hobi makan. Dan informan keempat (Roni), mengatakan bahwa yang mendorongnya menjadi *foodstagrammer* karena ia senang makan dan senang foto. Ia merasa memiliki tantangan tersendiri ketika harus memfoto makanan agar mendapatkan hasil yang diinginkan.

Konsep diri menyatakan

bahwa setiap orang memiliki wujud aktualisasi pada diri sendiri dimana seseorang memiliki kesadaran akan dorongan dari dalam dirinya yang pada akhirnya menyebabkan seseorang menyadari kehadiran dari keberadaan dirinya. Sesuatu tindakan dilandasi oleh factor internal seseorang untuk melakukan sesuatu dalam memenuhi kebutuhan. Memahami motivasi seseorang bukanlah suatu hal yang mudah, karena keadaan itu merupakan situasi yang sifatnya pribadi. Seperti yang sudah diungkapkan oleh keempat informan bahwa, dorongan mereka menjadi *foodstagrammer* ialah berasal dari dirinya sendiri.

Kemudian dalam konsep diri terdapat aspek-aspek konsep diri meliputi aspek fisik, aspek psikis dan aspek sosial. Pada aspek fisik ialah bagaimana seseorang memandang dan memberikan penilaian terhadap apa yang ia miliki seperti tubuh, pakaian, dan beda kepemilikan. Pada aspek ini, tiap-tiap informan menyatakan mengenai dirinya sendiri. Mereka merasa percaya diri, nyaman dengan dirinya, dan kegiatan yang mereka lakukan. Seperti pada pertanyaan yang peneliti berikan yaitu "Bagaimana pendapat Anda mengenai diri Anda?". Semua informan menyatakan kelebihan maupun kekurangan yang mereka miliki.

Informan pertama (Chyntia), menyatakan bahwa ia berjilbab, memiliki tubuh yang agak gemuk, mempunyai hobi masak, dan tidak menyukai foto *selfie*. Informan kedua (Balqis),

menyatakan bahwa ia memiliki tubuh yang tinggi, tidak gemuk, memakai jilbab, dan suka makan. Informan ketiga (Rio), menyatakan bahwa dirinya gendut dan informan keempat mengatakan bahwa ia seorang fotografer, memiliki badan yang kurus dan tidak seberapa tinggi. Dapat dilihat bahwa dalam aspek fisik, gambaran yang dimiliki oleh seseorang akan penampilan dirinya dan juga bagaimana seseorang menilai dirinya terhadap sesuatu yang dimilikinya. Konsep diri fisik informan masing-masing menunjukkan kearah positif dan negatif. Arah positifnya dimana informan merasa memiliki kelebihan dan kekurangan yang mereka miliki, namun hal tersebut bukanlah masalah yang besar dan merusak konsep diri informan. Hal ini dapat dilihat dari bagaimana informan tetap bersosialisasi dengan lingkungan sosial mereka.

Pandangan dalam aspek psikis. Pada aspek ini, mencakup pikiran, perasaan, dan sikap yang dimiliki seseorang terhadap dirinya. Penilaian individu terhadap keadaan psikis dirinya, seperti mengenai kemampuan dan ketidakmampuannya yang akan berpengaruh terhadap rasa percaya diri dan harga dirinya. Keempat informan memiliki kecenderungan yang positif dalam aspek ini, informan menyadari bagaimana dirinya, pikiran, sikap dan perasaan yang dimilikinya.

Pandangan dalam aspek

sosial, pada aspek ini melibatkan bagaimana peran seseorang dalam lingkup sosial dan penilaian seseorang terhadap peran tersebut. Bagaimana peranan sosial yang diperankan individu mencakup hubungan antara individu dengan keluarga dan individu dengan lingkungannya.

Melihat dari semua pernyataan yang diberikan oleh keempat informan yang merupakan *foodstagrammer*, peneliti melihat bahwa semua informan pada awalnya menggunakan uang pribadi mereka ketika membeli makanan dan kemudian di unggah ke media sosial Instagram. Setelah sebagian masyarakat yang mengetahui kegiatan mereka banyak dari restoran, kafe, dan tempat makan mengundang mereka untuk datang dan mempromosikan menu-menu rumah makan ke Instagram. Terlihat bahwa seseorang akan terinspirasi dan akan melakukan hal yang mereka sukai. Hal ini terdapat pada faktor Internal seseorang yaitu, motivasi seseorang terhadap hobi mereka dan kompetensi personal untuk melatih *skill* atau kemampuan dalam mengambil hasil foto makanan yang bagus. Kemudian, faktor sosial juga sangat berpengaruh, misalnya beberapa rumah makan mengundang mereka untuk melakukan sesi foto produk atau menu makanan yang kemudian di promosikan ke media sosial Instagram. Di dalam sebuah foto, tentunya masing-masing orang memiliki ciri khas tersendiri dengan foto yang mereka hasilkan, terutama bagi *foodstagrammer* yang hobi

memfoto makanan yang kemudian di unggah ke Instagram.

D. Pembahasan Konsep Diri dan Fenomenologi

Sebuah pengetahuan diri akan meningkatkan komunikasi seseorang. Dengan membuka diri, kita akan lebih terdorong untuk menerima pengalaman, gagasan baru, menghadapi sikap negative, dan cermat dalam memandang diri. Seseorang memiliki konsep diri positif yang terbuka dan kepercayaan dari dalam dirinya akan keberhasilan yang didapat. Schutz menjelaskan bahwa tindakan manusia dimana ia merupakan bagian dari posisi dalam masyarakat. Tindakan seseorang kadang bisa jadi merupakan suatu kamufase atau menirukan dari tindakan yang dilakukan oleh orang lain dilingkungannya. Seorang peneliti sosial bisa menggunakan yeknik ini untuk melakukan pendekatan bagi objek penelitiannya dengan memilih salah satu posisi yang dirasakan memiliki kenyamanan dengan objek penelitiannya. Sehingga akan timbul rasa nyaman, dimana ia akan menjadi diri sendiri.

Peneliti membahas mengenai fenomena *foodstagrammer* dimana masing-masing informan memiliki sebuah hobi yaitu gemar mengunggah foto makanan di media sosial Instagram entah itu hasil masakan sendiri, membeli makanan itu dengan uang pribadi, pemberian dari orang lain, atau hasil dari mereka mempromosikan makanan tersebut ke akun Instagram mereka, mereka akan tetap mengunggah foto makanan tersebut.

Sebagai seorang *foodstagrammeri* sudah pasti mereka mempunyai keinginan untuk terus mencoba

berbagai macam kuliner yang ada, yang kemudian mereka foto dan di unggah ke Instagram. Fenomena akan mengunggah foto makanan ke Instagram inilah yang menjadi pusat perhatian peneliti. Semua informan mengakui bahwa sebagai *foodstagrammer* mereka tentunya selalu ingin berbagi informasi tentang kuliner makanan di media sosial Instagram, mereka ingin memberikan informasi yang bermanfaat bagi para *followers* di Instagram. Informan mengakui bahwa mereka merasa senang dan nyaman akan kegiatan yang mereka lakukan, karena kegiatan *foodstagrammer* ini murni dari diri sendiri tanpa ada paksaan dari siapapun. Informan tidak merasa minder atau tidak percaya diri dengan dirinya terbukti dari mereka tidak merasa malu jika harus memfoto makanan didepan banyak orang.

Disamping itu, semua informan mengatakan bahwa mereka mendapat dukungan sepenuhnya dari keluarga. Hal ini dapat dilihat bahwa keluarga mereka tidak merasa keberatan dengan apa yang mereka lakukan, seperti misalnya keluarga informan tidak tanggung-tanggung mengatakan untuk dibawakan makanan jika informan mendapat kiriman makanan dan memberikan nasihat untuk tetap menjaga kesehatan. Sehingga, keluarga juga merupakan faktor dalam pembentukan sikap pribadi seseorang.

E. Simpulan

Konsep diri positif mengarah kepada para *foodstagrammer* dimana informan terbuka akan penerimaan dirinya serta merasa nyaman dengan apa yang mereka lakukan

sebagai *foodstagrammer*.

Peristiwa positif dengan mendapatkan pengalaman komunikasi yang menyenangkan pun dimiliki para *foodstagrammer*, karena mereka mendapat respon yang baik. Dukungan dan motivasi yang diberikan dari lingkungan internal maupun eksternal, baik itu keluarga maupun lingkungan sosial (luar). Seorang *foodstagrammer* mengunggah foto makanan ke Instagram yang mereka foto sendiri karena adanya konsep diri positif.

Informan menyatakan keterbukaannya dan serta memiliki rasa percaya diri akan kenyamanan pada dirinya dalam melakukan kegiatannya sebagai *foodstagrammer*. Peristiwa positif dengan mendapatkan pengalaman komunikasi yang menyenangkan pun dimiliki para *foodstagrammer* ialah pengalaman komunikasi yang menyenangkan, karena mereka mendapat respon yang baik. Mendapatkan suatu dukungan, support, serta motivasi merupakan hal positif yang tentunya membawa mereka kepada rasa nyaman.

Informan memiliki 3 aspek penting yaitu aspek fisik, psikis, dan sosial. Pada aspek fisik, semua informan memiliki konsep diri positif dan negatif. Konsep diri fisik yang positif adalah mereka menunjukkan kelebihan yang mereka miliki, sedangkan pada konsep diri negative, mereka mengatakan kekurangan yang ada pada diri mereka. Aspek psikis menjelaskan bahwa dari keempat informan mereka merasa memiliki konsep diri yang positif baik itu melalui pikiran, perasaan, dan sikap. Kemudian, pada aspek yang ketiga, yaitu aspek sosial semua informan mengatakan bahwa apa yang mereka dapatkan dari

lingkungan dan sosial mengacu kepada dukungan serta motivasi. Hal inilah yang menjadi kesimpulan

bahwa konsep diri para *foodstagrammer* mengarah kepada konsep diri positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Engkus, Kuswarno. *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi : Konsepsi, Pedoman Dan Contoh Penelitian*. Bandung: Widya Padjajaran, 2009.
- Hanny, Hafiar. *Problematika Atlet Penyandang Cacat, Studi Komunikasi Mengenai Kompleksitas Komunikasi Atlet Penyandang Cacat*. Bandung: UNPAD Press, 2012.
- Meleong, Lexy J. *Metologi Penelitian Kualitatif*. Revisi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2018.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya, n.d.
- Rulli, Nasrullah. *Teori Dan Riset Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.
- Setiawan, Imam. "Pengaruh Mentoring Agama Islam Terhadap Perubahan Konsep Diri Mahasiswa Muslim Universitas Sumatera Utara." Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara, n.d.