

BAB II

KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka

1. Selfie Sebagai Bentuk Eksistensi Diri

Eksistensi diartikan sebagai keberadaan. Artinya, eksistensi menjelaskan tentang penilaian ada atau tidak adanya pengaruh terhadap keberadaan seseorang tersebut. Apabila orang lain menganggap kita mempunyai sebuah eksistensi, maka keberadaan kita sudah dianggap dan dapat diperhitungkan oleh orang-orang di sekeliling kita.

Eksistensi biasanya dijadikan sebagai acuan pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan seseorang dapat berguna dan mendapat nilai yang baik di mata orang lain.¹

Setiap orang memiliki sifat dan pemikiran yang berbeda-beda, begitu juga dengan rencana hidup memiliki tujuan yang berbeda pula. Tingkat kebutuhan masing-masing ada yang sudah merasa cukup hanya sampai tingkat *social needs* dimana ia merasa cukup untuk disayangi dan menyayangi orang-orang disekitarnya. Namun ada pula yang tidak cukup hanya sampai pada tingkat *social needs*, harus ada pengakuan dari orang lain untuk meningkatkan harga dirinya.

¹ Dunia pelajar.com <http://www.duniapelajar.com/2014/07/18/pengertian-eksistensi-menurut-para-ahli/>, 26 Oktober 2014

Menurut para peneliti eksistensi ada pada diri seseorang karena faktor lingkungan masyarakat, bisa dikatakan ingin diakui keberadaannya dalam segi sosial. Karena pada dasarnya setiap manusia akan mengalami perubahan-perubahan dari masa ke masa baik dari segi bahasa, perilaku maupun tindakan. Seperti yang dinyatakan oleh Smith² :

“Eksistensi diri merupakan suatu kondisi dimana seseorang dengan kemampuannya dapat menemukan makna dalam kehidupan. Makna merupakan sebuah kepuhan atau eksistensi dari nilai-nilai batiniah yang paling utama dalam menjalani kehidupan. Adapun nilai-nilai batiniah yang dibicarakan adalah nilai-nilai mendasar seperti sikap menghormati manusia, sikap menghormati sesama dan perlunya bekerjasama serta bekerja bersama dengan harmonis demi kebaikan bersama”.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa eksistensi diri adalah usaha manusia untuk mencari atau memahami arti kehidupan bagi dirinya sendiri yang diyakini sebagai bentuk dari nilai-nilai batiniah yang paling utama, dimana tak seorangpun atau sesuatu yang dapat memberi pengertian tentang arti dan maksud dari kehidupan seseorang. Maka dari itu setiap orang harus memiliki karakter, terkait dengan kebiasaannya, prinsip-prinsip hidupnya dan pandangan hidup, kelakuan baik dan buruk yang dilakukan dalam hidupnya. Jadi setiap manusia harus menemukan caranya sendiri untuk menghadapi kondisi dan lingkungan sekitar.

² Smith, *“What Matters Most : Hal hal yang Paling Utama”*, 2003 Hlm. 21

Masing-masing individu melakukan *selfie* dan menunggahnya ke media sosial memiliki faktor yang mempengaruhi eksistensi diri. faktor yang mempengaruhi eksistensi manusia sebagai berikut:

1) Spiritualitas

Faktor spirulitas tidak dapat direduksikan ataupun diterangkan dengan istilah-istilah material. Meskipun diterangkan dengan istilah-istilah material. Meskipun spirulitas dapat dipengaruhi oleh dunia material, namun ia tidak disebabkan atau dihasilkan oleh dunia material itu.

2) Kebebasan

Kebebasan dalam menemukan arti merupakan sesuatu yang penting dalam menemukan eksistensi diri. Kebebasan ini mengandung arti bahwa individu tidak didikte oleh faktor-faktor non spiritual atau kondisi-kondisi dari lingkungan. Individu memiliki kebebasan untuk memilih bagaimana akan bertingkah laku jika ingin menjadi sehat secara psikologi. Dengan demikian, individu yang tidak memiliki kebebasan akan menjadi neurotis dan hal tersebut akan menghambat pemenuhan potensi-potensi diri yang pada akhirnya mengganggu pencapaian eksistensi hidup.

3) Tanggung Jawab

Tanggung jawab merupakan pilihan atas konsekuensi yang harus individu hadapi.

Eksistensi ini bukanlah sebuah pengakuan tentang keberadaannya oleh diri sendiri, namun pengakuan atau respon dari mata orang lain. Dengan adanya *Selfie* seseorang bisa memotret dirinya sendiri tanpa bantuan orang lain dengan menggunakan kamera depan seperti yang terjadi pada umumnya. Hasil foto tersebut biasanya diunggah di dunia maya untuk mendapatkan respon dari orang lain atau sekedar koleksi untuk kenang-kenangan atau dokumentasi.

2. Selfie Sebagai Bentuk Komunikasi Verbal Nonverbal

a. Pengertian Komunikasi

Manusia merupakan makhluk sosial, yang artinya dalam memenuhi kebutuhannya setiap manusia harus berhubungan dengan orang lain beserta lingkungannya. Dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhannya tersebut dapat dilakukan apabila ada dua pihak melakukan sebuah komunikasi atau mengadakan hubungan dengan masyarakat atau lingkungan sekitarnya.

Komunikasi bisa membawa kepada perubahan sosial berupa sikap, bahkan perilaku melalui informasi dan teknologi banyaknya pendapat tentang definisi komunikasi salah satunya seperti yang

sebelumnya, berikut dijelaskan oleh salah satu ahli yang dijuluki “Bapak Komunikasi” yaitu Harold Laswell yang dijelaskan oleh Deddy Mulyana³ :

“(Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” Atau Siapa Mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam sebuah komunikasi ada beberapa unsur dalam proses komunikasi, yaitu siapa yang mengatakan (komunikator/sumber), mengatakan apa (pesan), dengan saluran apa (media/bertatap muka), kepada siapa (komunikasi/penerima pesan), dengan pengaruh bagaimana (efek).

Effendy⁴ dalam bukunya Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi menjelaskan :

“Hakikat komunikasi adalah proses pertanyaan antara manusia. yang dinyatakan itu adalah pikiran, perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurnya”.

Maka dari penjelasan yang dijelaskan diatas, komunikasi adalah sebuah pengungkapan pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa verbal maupun non verbal.

³Deddy Mulyana, 2005, “ *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*”, Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, Hlm. 69

⁴ Onong Uchjana Effendi, “*Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*”, PT. Citra Aditya Bakti, bandung, 2003, Hlm. 28

b. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal (verbal communication) adalah bentuk komunikasi yang disampaikan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (written) atau lisan (oral). Komunikasi verbal menempati porsi besar. Karena kenyataannya, ide-ide, pemikiran atau keputusan, lebih mudah disampaikan secara verbal daripada komunikasi non verbal. Dengan harapan, komunikan (baik pendengar maupun pembaca) bisa lebih mudah memahami pesan-pesan yang disampaikan.

c. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi Non Verbal menempati porsi penting. Banyak komunikasi verbal tidak efektif hanya karena komunikatornya tidak menggunakan komunikasi non verbal dengan baik dalam waktu bersamaan. Melalui komunikasi non verbal, orang bisa mengambil suatu kesimpulan mengenai suatu kesimpulan tentang berbagai macam perasaan orang, baik rasa senang, benci, cinta, kangen dan berbagai macam perasaan lainnya. Komunikasi non verbal bisa membantu komunikator untuk lebih memperkuat pesan yang disampaikan sekaligus memahami reaksi komunikan saat menerima pesan.⁵

⁵ Onong Uchjana Effendi, *"Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi"*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, Hlm. 53

Bentuk komunikasi non verbal sendiri di antaranya adalah, bahasa isyarat, ekspresi wajah, sandi, symbol-simbol, pakaian seragam, warna dan intonasi suara.

Fenomena *Selfie* kini telah menjadi hal wajib dilakukan, terutama untuk merekam sebuah momen yang kemudian diperlihatkan kepada orang lain. Kepopuleran foto *selfie* atau foto terhadap diri sendiri merupakan sebagai bentuk komunikasi intrapersonal. Dimana sebelum berfoto *selfie*, biasanya kita berkomunikasi dengan diri sendiri. Dimana produk dari foto *selfie* ini merupakan alat yang sangat mendukung untuk berkomunikasi dan dapat memberikan keterangan informasi tentang sesuatu hal kepada orang lain baik secara verbal maupun nonverbal.

3. Selfie dan New Media

Seiring dengan berjalannya waktu dan berkembangnya teknologi, khususnya di bidang teknologi komunikasi telah menggeser kehebatan media massa lama yang telah menjadi primadona di antara media-media lainnya sebagai penyampaian pesan. Kehadiran internet di tengah-tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya media baru (*new media*).

Media baru merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi

serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang sangat merepresentasikan media baru adalah Internet. Program televisi, film, majalah, buku, surat kabar, dan jenis media cetak lain tidak termasuk media baru.⁶

Menurut Martin Lister⁷ mengungkapkan bahwa:

Istilah new media atau media baru lambat laun mulai dikenal pada tahun 1980. Dunia media dan komunikasi mulai terlihat berbeda dengan hadirnya media baru ini, tidak terbatas pada satu sektor atau elemen tertentu. Dalam pengertian ini, munculnya 'media baru' sebagai semacam fenomena yang dilihat dari sisi sosial, teknologi, dan perubahan budaya.

Media baru tidak muncul begitu saja dan terlepas dari yang lainnya, semua muncul secara bertahap dari metamorfosis media terdahulu. Ketika bentuk-bentuk yang lebih baru muncul, bentuk-bentuk terdahulu cenderung beradaptasi dan terus berkembang bukannya mati.

Media baru sesungguhnya merujuk pada berbagai perubahan dalam media produksi. Ini adalah perubahan teknologi, tekstual, konvensional dan budaya. Mengingat hal ini, tetap diakui bahwa sejak pertengahan 1980-an sejumlah konsep kedepan yang menawarkan untuk menentukan karakteristik kunci dari bidang media baru secara keseluruhan.

⁶ https://id.wikipedia.org/wiki/Media_baru, 19 Mei 2015

⁷ Martin Lister, "New Media a critical intruduction", 2009, Hlm. 10

Istilah utama dalam wacana tentang media baru adalah digital, interaktif, hypertextual, virtual, jaringan, dan simulasi. Beberapa contoh seperti internet, website, komputer, multimedia, permainan komputer, CD-ROMS, dan DVD.

Media baru bukanlah televisi, film, majalah, bukan atau bahkan publikasi berbasis kertas. Sudah jelas bahwa *new media* itu adalah media yang berbasis teknologi komputer, kemajuannya baik dari segi hardware maupun software.

Media juga merupakan bagian dari *cyberculture*, implikasi dari perkembangan teknologi dunia maya sebagai perpanjangan indera manusia menyebabkan lahirnya perilaku baru atau sosiologi, dan budaya yang berhubungan dengan penggunaan teknologi dunia maya.

Di dalam New Media terdapat Media Sosial, sebagai berikut :

a. Media Sosial

Media adalah sebuah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak. Pakar psikologi memandang dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan adalah pancaindra manusia, seperti mata dan telinga. Pesan yang diterima oleh pancaindra kemudian diproses dalam pikiran manusia untuk

mengontrol dan menentukan sikapnya terhadap sesuatu, sebelum dinyatakan dalam sebuah tindakan.⁸

Media sosial adalah media online yang di desain untuk memudahkan para pengguna berinteraksi, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dll. Media ini berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi yang sebelumnya bersifat broadcast media monologue (satu ke banyak audiens) ke sosial media dialogue (banyak audiens ke banyak audiens). Media sosial mendukung terciptanya demokrasi informasi dan ilmu pengetahuan. Media ini merupakan salah satu dari kemunculan *new media*. Dalam media sosial individu maupun kelompok saling berinteraksi secara *online* melalui internet. Media sosial tidak hanya digunakan individu saja, jaringan ini mulai digunakan juga oleh organisasi, lembaga dan perusahaan besar maupun kecil.

Media sosial digunakan dengan cara memanfaatkan teknologi dalam berkomunikasi. Teknologi yang dimaksud adalah internet. Sifatnya terbuka membuat siapapun bisa masuk di dalamnya. Di dalam media sosial siapa saja boleh menuangkan ide dalam bentuk tulisan maupun visual.

⁸<https://wibawaadiputra.wordpress.com/2013/01/27/media-sosial-jejaring-sosial-social-media-social-network/>, 26 Mei 2015

Media sosial memiliki aliran informasi yang tidak terbatas, hal tersebut dapat memicu kebosanan, dikarenakan kejenuhan karena banyaknya informasi yang diterima, sehingga pada titik puncaknya manusia akan mencari bentuk media sosial yang berbeda. Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut :

1. Pesan yang di sampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bisa keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet
2. Pesan yang di sampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper
3. Pesan yang di sampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
4. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Media sosial memiliki tampilan yang beragam, seperti wiki, *podcast*, forum di internet atau forum diskusi. Teknologi seperti *e-mail*, pesan instan, VoIP dan *photosharing* merupakan alat-alat yang sering kali digunakan. Isinya berbentuk grafik, teks, foto, audio, bahkan video. Contohnya seperti *Youtube*, *Facebook*, *Twitter*, *Flickr*, *Google*, *Path*, *Instagram* dan *MySpace*.

Salah satu bentuk dari media sosial adalah jejaring sosial. Zarella⁹ menjelaskan bahwa:

⁹ Zarella, "The Social Media Marketing Book", 2015, Hlm. 51

Jejaring sosial (*social network*) adalah salah situs yang menjadi tempat orang-orang berkomunikasi dengan teman-teman mereka, yang mereka kenal di dunia nyata maupun dunia maya.

Dalam perkembangannya jejaring sosial ini teman bisa berarti konsumen karena pengguna jejaring sosial tidak hanya dimanfaatkan oleh individu untuk bersosialisasi tetapi juga digunakan oleh perusahaan dalam bersosialisasi dengan konsumennya baik untuk melakukan pemasaran maupun pencitraan perusahaan. Contoh jejaring sosial saat ini yang diminati adalah Twitter, Instagram, Path, Black Berry Massager (BBM), LINE dll.

Banyak pengguna jejaring sosial bukan hanya untuk bertukar informasi maupun komunikasi, tetapi menjadi sarana atau wadah bagi seseorang untuk mengabadikan moment di media sosial. Tidak hanya orang dewasa, anak-anak remaja saat ini sudah mengetahui bahkan menggunakan media tersebut. Perkembangan zaman yang begitu pesat apalagi di bidang teknologi membuat seseorang merasa media sosial menjadi suatu kebutuhan yang wajib dimiliki.

Selfie sebagai sesuatu yang tidak asing lagi saat ini merupakan sebuah fenomena yang sedang *booming* khususnya di kalangan remaja. Hal ini dikarenakan foto *selfie* (self portrait) yang diunggah ke media sosial dapat memenuhi kebutuhan ke arah eksistensi para remaja tersebut. Sehingga, mereka merasa *selfie* (self portrait) sebagai media yang dapat

menyalurkan kebutuhan mereka. *Selfie* (self portrait) pada awal kemunculannya bertujuan untuk menginformasikan kepada orang lain. Namun, sekarang ini tujuan orang melakukan *selfie* (*self portrait*) mulai bergeser.

Fenomena *selfie* (self portrait) berkaitan erat dengan citra yang dipersepsikan seseorang atas dirinya sendiri (self image). Karena melalui *selfie* (self portrait), setiap orang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif.

4. Bentuk Baru Komunikasi Massa

a. Pengertian Komunikasi Massa

Para ahli komunikasi berpendapat bahwa yang dimaksud dengan komunikasi massa adalah kegiatan komunikasi yang mengharuskan unsur-unsur yang terlibat didalamnya saling mendukung dan bekerja sama, untuk terlaksananya kegiatan komunikasi massa ataupun komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari komunikasi massa. Lalu kemudian para ahli komunikasi membatasi pengertian tersebut

dengan menggunakan media massa. Menurut pendapat Tan dan Wright yaitu¹⁰:

“Merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara missal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu”.

Namun menurut para ahli komunikasi lainnya yaitu Garbner¹¹ komunikasi massa merupakan “Komunikasi massa merupakan produksi dan distribusi yang berlanaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry”.

b. Proses Komunikasi Massa

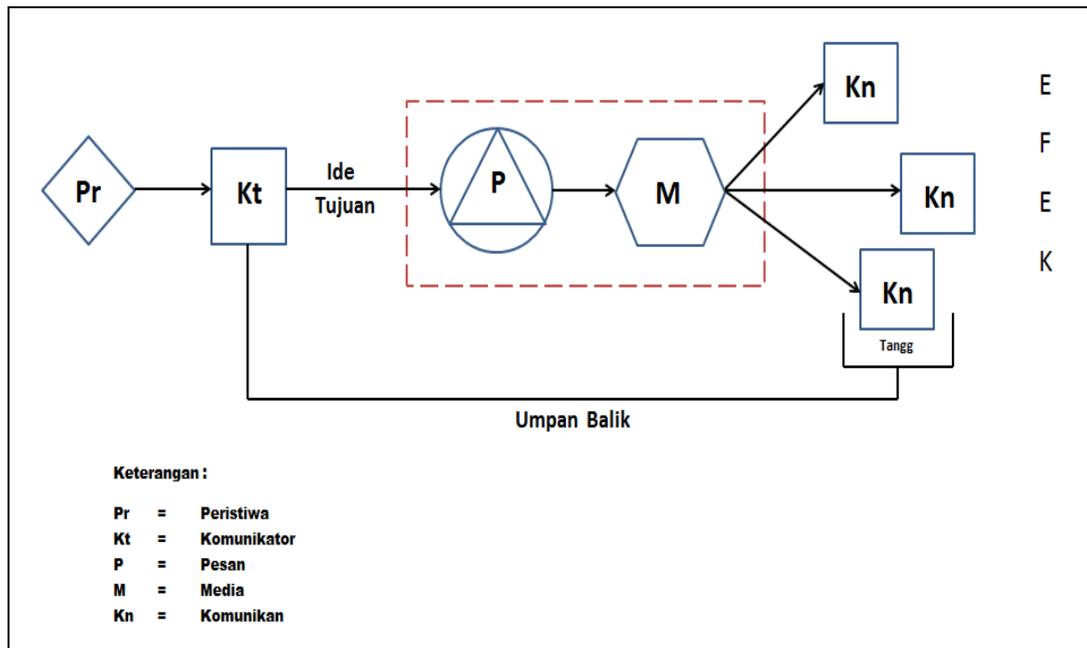
Dalam menyusun suatu strategi komunikasi untuk dioperasikan dengan taktik-taktik komunikasi sebagai penjabaran, pertama-tama ia harus menghayati proses komunikasi yang akan ia lancarkan.¹²

¹⁰Elvinaro & Lukiati, Annes. Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Bandung Simbiosis Rekatama

Media, 2005, Hlm 3

¹¹ Elvinaro & Lukiati, Annes. Komunikasi Massa Suatu Pengantar, Bandung Simbiosis Rekatama Media, 2005, Hlm 4

¹² Onong Uchjana Effendi, “*Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*”, PT. Citra Aditya Bakti, bandung, 2003, Hlm. 310



Bagan 2.1 : Proses Komunikasi Massa¹³

5. Selfie dan Perubahan Nilai

a. *Selfie*

Selfie merupakan gaya foto yang menampilkan diri sendiri entah itu wajah, seluruh tubuh atau biasanya bagian tertentu dari tubuh. Foto *selfie* sendiri ini dilakukan oleh diri sendiri tanpa meminta bantuan orang lain untuk memotret. Saat melakukannya pelaku *selfie* akan memegang ponsel berkamera atau kamera yang salah satu tangannya mengarah lensa ke bagian yang ingin di foto.

¹³ Onong Uchjana Effendi, *"Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi"*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2003, Hlm. 311

Fenomena ini memperlihatkan atau membagikan apapun mengenai diri ke internet inilah semakin membuat *selfie* menjadi populer. *Selfie* membuat orang-orang yang melakukannya menjadi mengesampingkan apapun yang tengah terjadi disekitar kita karena terpenting adalah bagaimana agar setiap momen tidak hilang dan didokumentasikan.

b. Macam-macam Foto *Selfie*

Berikut ini adalah beberapa jenis foto *selfie* yang paling sering dilakukan oleh banyak orang di akun jejaring sosial :

1. Depan cermin

Pose di depan cermin memang memberi keuntungan tersendiri sebab pelaku *selfie* dapat mengamati postur tubuh dan angel mana yang pas dan terbaik untuk dipotret. Tak hanya cermin di rumah sendiri, cermin besar di toilet umum juga banyak jadi sasaran *selfie*.

2. Latar belakang

Pilihan latar belakang juga memicu pelaku *selfie* untuk berlomba mengambil gambar *selfie* mereka. Misalnya pada

sebuah lokasi wisata, momen acara tertentu, atau yang sedang tren kini adalah lokasi seram dan berbahaya, atau diketinggian.

3. Posisi tubuh yang sempurna

Ini juga salah satu jenis *selfie* yang sering dilakukan. Mereka yang merasa memiliki bentuk otot bagus, perut *six pack* dan lain-lain. Untuk yang gemar melakukannya, sebaiknya berhati-hati sebab foto Anda bisa saja dimanfaatkan untuk kejahatan atau keisengan orang lain.

4. *Duck face*

Ekspresi memonyongkan bibir atau lebih dikenal sebagai *duck face* ini banyak dilakukan oleh remaja. Tujuannya agar foto terkesan imut dan menggemaskan. Namun sebuah penelitian menyatakan bahwa pelaku *duck face* ternyata mempunyai gangguan psikologis tertentu.

5. Permainan cahaya

Permainan cahaya dalam foto *selfie* akan menimbulkan efek tertentu pada foto. Ini juga kerap dilakukan sebab dapat membuat hasil foto lebih bagus dan artistik.¹⁴

c. Perubahan Nilai

Perubahan Nilai merupakan sesuatu yang kapanpun bisa terjadi sesuai dengan keadaan lingkungan dan kemajuan teknologi. Perubahan adalah sesuatu yang lazim dan wajar terjadi, tetapi jika perubahan itu berlangsung cepat atau bahkan mendadak, perubahan tersebut dapat memicu terjadinya konflik sosial. Nilai-nilai kebersamaan berubah menjadi individualis.

Disini dijelaskan hubungan *selfie* dengan perubahan Nilai yang terjadi di Kalangan Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad, An-Nur, An-Nuriyah Surabaya.

Dimana seseorang yang gemar berfoto *selfie* membawa perubahan nilai baik itu perubahan Nilai Positif, maupun Perubahan Nilai Negatif yang dikomunikasikan secara verbal ataupun Nonverbal.

¹⁴ <http://www.iberita.com/22711/ini-jenis-foto-selfie-yang-paling-sering-dilakukan-orang>, 26 Mei 2015

B. Kajian Teori

1. Teori Ekologi Media / Teori Determinisme Teknologi

Apa tugas para peneliti dan pakar teori komunikasi terkait dengan pesatnya perubahan dalam teknologi komunikasi? Para peneliti seharusnya berfokus pada sisi kemanusiaan dari kemajuan komunikasi. Mereka seharusnya melakukan penelitian yang tidak akan dilakukan oleh para insinyur *software* (perangkat lunak). Bagaimana orang menggunakan perangkat-perangkat ini, termasuk interaktivitas, *hypertext*, dan multimedia? Bagaimana *selfie* memberikan perubahan nilai pada mahasiswa yang bertempat tinggal di pondok pesantren Al-Jihad, An-Nur, An-Nuriyah Surabaya? Dan sejauh mana *selfie* memberikan perubahan nilai pada mahasiswa yang bertempat tinggal di pondok pesantren Al-Jihad, An-Nur, An-Nuriyah Surabaya?

Jalan yang ditempuh untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan diatas adalah penerapan teori-teori komunikasi yang ada pada bentuk-bentuk baru komunikasi. Jalan lain adalah mengartikulasikan pertanyaan-pertanyaan kunci yang terkait dengan media baru tersebut dan melakukan riset dan mengembangkan teori-teori baru untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan itu.

Dalam penelitian ini peneliti memakai teori McLuhan yakni teori ekologi, karena dalam teori ini memusatkan banyak jenis media dan

memandang media sebagai sebuah lingkungan, para ilmuwan menyebut karya McLuhan sebagai ekologi media.¹⁵ Media Ecology Association menyatakan definisi ekologi media dari Lance Strate sebagai “kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode (cara penyampaian, penjelasan) informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia.” Karena tulisan McLuhan mencakup beberapa disiplin akademik yang berbeda, karena hal ini berfokus pada berbagai macam teknologi, (misalnya radio, televisi dan sebagainya), dan ini juga berkaitan dengan persimpangan antara teknologi dan hubungan manusia dan bagaimana media memengaruhi persepsi dan pemahaman manusia.¹⁶ Pandangan ekologis dari McLuhan merupakan sesuatu yang tepat dan masuk akal. Dan dalam konteks penelitian ini media diidentifikasi memuat pesan yang menimbulkan Perubahan Nilai pada mahasiswa yang bertempat tinggal di pondok pesantren, khususnya pondok pesantren Al-Jihad, An-Nur, An-Nuriyah. Menurut peneliti Teori ini beranggapan bahwa kebutuhan masyarakat yang sangat tinggi terhadap alat komunikasi yang cepat dan memiliki fitur-fitur yang lain. Dimana masyarakat senantiasa rela untuk mengeluarkan jumlah yang cukup besar untuk membeli suatu alat komunikasi yang sesuai dengan

¹⁵Richard West, Lyn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*, (Jakarta,PT. Salemba Humanika, 2008), hlm. 138

¹⁶Richard West, Lyn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*, (Jakarta,PT. Salemba Humanika, 2008), hlm. 139

kebutuhannya. Hal ini akan memberikan perubahan Nilai pada mahasiswa tersebut dalam kehidupan sehari-hari baik terhadap lingkungan sekitar maupun kelompok pertemanannya.

Ekologi itu sendiri adalah ilmu yang mempelajari interaksi antara organisme dengan lingkungannya dan yang lainnya. Berasal dari kata Yunani *oikos* (“habitat”) dan *logos* (“ilmu”). Lynn Margulis mengatakan bahwa :

Ekologi diartikan sebagai ilmu yang mempelajari baik interaksi antar makhluk hidup maupun interaksi antara makhluk hidup dan lingkungannya. Dalam ekologi, kita mempelajari makhluk hidup sebagai kesatuan atau sistem dengan lingkungannya.¹⁷

Mike Nickerson juga mengatakan bahwa :

Pembahasan ekologi tidak lepas dari pembahasan ekosistem dengan berbagai komponen penyusunnya, yaitu faktor abiotik dan biotik. Faktor biotik antara lain suhu, air, kelembapan, cahaya, dan topografi, sedangkan faktor abiotik adalah makhluk hidup yang terdiri dari manusia, hewan, tumbuhan, dan mikroba. Ekologi juga berhubungan erat dengan tingkatan-tingkatan organisasi makhluk hidup, yaitu populasi, komunitas,

¹⁷ Rendra dalam Teori Ekologi, <https://rendr4.wordpress.com/2009/08/12/pengertian-ekologi/>, 1 Mei 2015

dan ekosistem yang saling mempengaruhi dan merupakan suatu sistem yang menunjukkan kesatuan.¹⁸

Kita telah melihat bahwa pengaruh dari teknologi media terhadap masyarakat merupakan ide utama dibalik teori ekologi media. Ada tiga pemikiran yang menjadi asumsi yang meringkai teori ini, yaitu :¹⁹

- a. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat.
- b. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita.
- c. Media menyatukan seluruh dunia

Asumsi kita yang pertama menggaris bawahi pemikiran bahwa kita tidak dapat melarikan diri dari media di dalam hidup kita : media melingkupi seluruh keberadaan kita. Kita tidak menghindari atau melarikan diri dari media, terutama jika kita menganut interpretasi McLuhan yang luas mengenai apa yang menyusun sebuah media. Banyak teoretikus ekologi media menginterpretasikan media dalam istilah yang menjangkau secara luas.

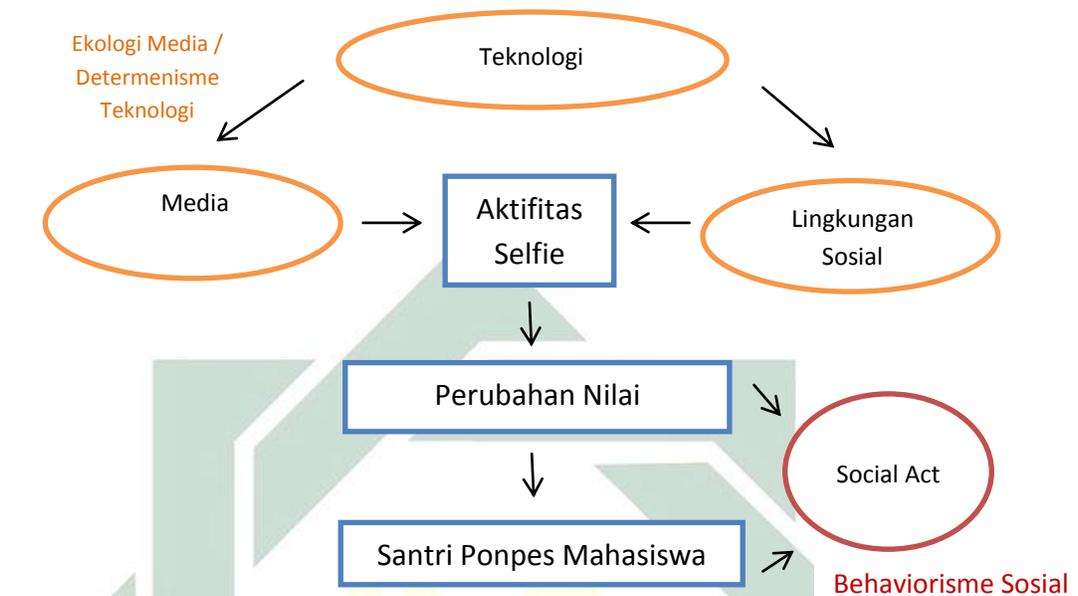
Dari pemikiran tersebut diatas, McLuhan menyatakan bahwa media diinterpretasikan dalam artian luas-selalu hadir di dalam kehidupan

¹⁸ Rendra dalam Teori Ekologi, <https://rendr4.wordpress.com/2009/08/12/pengertian-ekologi/>, 1 Mei 2015

¹⁹ Richard West, Lynn H. Turner, *“Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi”*, salemba Humanika, 2008, Jakarta, Hlm. 140

kita. Media-media ini mentransformasi masyarakat kita, baik melalui permainan yang kita mainkan, radio yang kita dengarkan, televisi yang kita tonton. Pada saat yang bersamaan, media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi”.

Konsekuensinya, secara langsung kita dipengaruhi media berupa Maraknya Foto *Selfie*. Hal ini telah banyak memberikan perubahan nilai bagi mahasiswa. Penulis mengkritisi bahwa Teori ekologi model McLuhan ini merupakan suatu kebutuhan masyarakat yang sangat tinggi terhadap alat komunikasi yang cepat dan memiliki fitur-fitur yang lain. Dimana masyarakat senantiasa rela untuk mengeluarkan jumlah yang cukup besar untuk membeli suatu alat komunikasi yang sesuai dengan kebutuhannya. Hal ini akan berdampak terhadap perilaku masyarakat tersebut dalam kehidupan sehari-hari baik terhadap lingkungan sekitar maupun kelompok pertemanannya.



Bagan 2.2 : Bagan Perubahan Sikap menurut Luhan

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu menurut MC Luhan.

Berdasarkan teori ekologi ini, di media Foto *Selfie* ini dapat memberikan perubahan nilai. Mereka menganggap bahwa mereka mengikuti trend yang ada di kalangan Mahasiswa-mahasiswa yang lainnya dan apabila berfoto *selfie* maka akan mengangkat citra dan juga gengsi sebagai Mahasiswa modern “gaul dan kekinian”.

Ekologi media atau media ecology merupakan salah satu kajian interdisipliner dari teori media yang didalamnya melibatkan kajian tentang lingkungan dan industri media. berdasarkan pada asosiasi ekologi

media, ekologi media dapat didefinisikan sebagai kajian industri lingkungan media, ide-nya bahwa teknologi dan teknik - teknik, model - model komunikasi dan kode-kode komunikasi memainkan sejumlah peranan penting dalam kehidupan manusia.

“Menurut Marshall McLuhan bahwa ekologi media berarti menyusun beberapa media yang beragam guna membantu sesama sehingga mereka enggan untuk keluar dari rangkaian tersebut atau tatanan yang telah terbentuk tersebut, karena pada hakikatnya mereka saling menunjang satu sama lainnya.”²⁰

Misalnya, radio mungkin memiliki peranan yang lebih besar daripada televisi dalam membantu anda dalam hal yang berhubungan dengan kemampuan literasi, akan tetapi televisi mungkin juga memberikan bantuan yang sangat besar dalam mengajarkan kita tentang masalah kebahasaan. terinspirasi oleh McLuhan, Neil Postman mendirikan sebuah program kajian ekologi media di New York University pada tahun 1971. dia menjelaskannya sebagai berikut : ekologi media melihat pada masalah mengenai bagaimana media mempengaruhi persepsi manusia, pemahaman, perasaan, dan nilai - nilai, dan bagaimana interaksi kita dengan fasilitas - fasilitas media yang tersedia atau menghalangi berbagai kesempatan yang tersedia untuk bertahan hidup.

²⁰ [http://www. Belantara ilmu komunikasi-ekologi media](http://www.Belantara.ilmu.komunikasi-ekologi.media), 1 Mei 2015

istilah ekologi banyak membahas masalah kajian terhadap lingkungan mengenai strukturnya, isi dan pengaruhnya terhadap manusia. bersama dengan McLuhan dan Postman, ekologi media kemudian meluas kepada yang lainnya seperti dalam kajian Harold Innis, Walter Ong, Lewis Mumford, Jacques Ellul, Eric Havelock, Susanne Langer, Erving Goffman, Edward T Hall, George Herbert Mead, Margaret Mead, Levi-Strauss, Lee Whorf dan Gregory Bateson. istilah ekologi media telah digunakan pula dalam konteks media massa untuk sesuatu yang cukup berbeda-deskripsi perkembangan industri media dan bagaimana mereka mempengaruhi publik. istilah ini banyak digunakan di wilayah Asia dimana istilah ini digunakan secara luas dalam dunia bisnis dan dalam konteks konsumen.

Dalam komunikasi di era yang semakin horizontal ini, *Foto Selfie* sangat berperan. Seseorang bisa mengambil foto di mana saja dan kapanpun ia mau, dan setelahnya akan diunggah ke media sosial.

Selfie dapat dikatakan sudah menjadi gaya hidup dan menjadi *trend* tersendiri di Indonesia termasuk Mahasiswa yang bertempat tinggal di pondok pesantren sekalipun. Mahasiswa yang berada di Pondok Pesantren Al-Jihad, An-Nur, dan an-Nuriyah yang sudah sedikit banyak menjadi budaya dalam menggunakan *Selfie* sebagai media komunikasi dalam kehidupannya baik di kampus maupun di rumah. Dengan mengupload beberapa foto *selfie* ke dalam media sosial bisa dikatakan ia

sedang berkomunikasi dengan lingkungannya bahwa ia sedang dalam keadaan apapun, bisa dalam keadaan senang, sakit, sedih, bahkan sakit.

Kehadiran teknologi memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi oleh teknologi hampir di setiap gerak kehidupannya. Marshall McLuhan seorang pemikir kritis pada tahun 1960 mencetuskan sebuah teori yang bernama *Technological Determinism Theory*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Media lain adalah alat untuk memperkuat, memperkeras dan memperluas fungsi dari perasaan manusia.²¹

Beberapa sarjana menyebutkan pemikiran McLuhan mengenai hubungan antara teknologi, media dan masyarakat ini dengan sebutan *Technological Determinism* yaitu paham bahwa teknologi bersifat determinan (menentukan) dalam membentuk kehidupan manusia. Pemikiran McLuhan sering juga dinamakan teori mengenai ekologi media yang didefinisikan sebagai : “*the study of media environment, the idea that technology and techniques, modes of information and codes of communication play a leading role in human affairs*” (studi mengenai

²¹ H.Syaiful Rohim, *Teori Komunikasi prespektif, ragam, dan aplikasi*, (Jakarta: Rieneka Cipta, 2009), hlm. 192.

lingkungan media, gagasan bahwa teknologi dan teknik, mode informasi dan kode komunikasi memainkan peran penting dalam kehidupan manusia.²²

Istilah technological determinism menunjukkan pemikiran Marshall McLuhan bahwa teknologi berpengaruh sangat besar dalam masyarakat atau dengan kata lain kehidupan manusia ditentukan oleh teknologi. Menurut Marshall McLuhan, teknologi komunikasi menjadi penyebab utama dalam perubahan budaya. Menurutnya setiap penemuan teknologi baru, mulai dari penemuan huruf, penemuan mesin cetak, hingga penemuan media elektronik mempengaruhi instuisi budaya masyarakat. Sebagaimana dikemukakan Marshall McLuhan: *We Shape our tools and they in turn shape us.*²³(kita membentuk peralatan kita dan mereka pada gilirannya membentuk kita).

Mengikuti teori ini, ada beberapa perubahan besar yang mengikuti perkembangan teknologi dalam berkomunikasi. Masing-masing periode sama-sama memperluas perasaan dan pikiran manusia. McLuhan membaginya dalam empat periode. Di dalam masing-masing kasus yang menyertai perubahan itu atau pergerakan dari era satu ke era yang lain

²² Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013) Hlm. 486-487

²³ Morissan, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*, (Jakarta: Kencana, 2013) Hlm. 487.

membawa bentuk baru komunikasi yang menyebabkan beberapa macam perubahan dalam masyarakat yakni :²⁴

1. Era Kesukuan

Bagi masyarakat primitif di era kesukuan, pendengaran adalah hal yang paling penting. Peran otak menjadi sangat penting sebagai wilayah yang mengontrol pendengaran. Dengan pengenalan huruf, lambat laun masyarakat berubah ke era tulisan.

2. Era Tulisan

Era ini mendudukan kekuatan penglihatan seperti pendengaran . dengan memasuki era tulisan terjadi perubahan yang penting dan perasaan serta pikiran manusia semakin diperluas. McLuhan menyebutkan bahwa perubahan dengan penggunaan tulisan sebagai alat berkomunikasi menjadi pendorong munculnya ilmu matematika, filsafat, dan ilmu pengetahuan lainnya.

3. Era Cetak

Era mesin cetak mengantarkan manusia pada fenomena masyarakat , yakni ditemukannya media cetak (surat kabar). Penemuan mesin cetak oleh “Gutenberg” menjadi titik awal sebar lebih luas. Kemampuan yang terjadi pada media cetak ini turut memberi andil dalam membentuk pandangan dan opini orang-orang diseluruh dunia.

²⁴ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta : Rajawali Pers, 2011) hlm. 186

4. Era Elektronik

McLuhan percaya bahwa penemuan telegraf pada tahap selanjutnya, mengantarkan orang-orang memasuki era elektronik. Kemampuan yang terjadi akibat era elektronik menyebabkan perluasan yang lebih baik pada pikiran dan perasaan manusia. Manusia tidak saja mengandalkan pendengaran dan penglihatan, tetapi keduanya sekaligus. Dengan era elektronik, dunia seolah semakin sempit. Hal inilah yang disebut McLuhan sebagai desa global.

Aktivitas manusia tidak akan terlepas dari aktivitas manusia lainnya, bahkan desa global telah membentuk manusia menjadi makhluk individual.²⁵ Teknologi dipandang sebagai suatu yang netral dan mengklaim bahwa cara manusia menggunakan teknologi adalah faktor yang memberi kontribusi yang signifikan. Perspektif ini menerima teknologi sebagai satu diantara banyak faktor yang membentuk ekonomi dan perubahan budaya. Pengaruh teknologi ditentukan oleh seberapa banyak kekuasaan diberikan kepada orang dan budaya yang menggungkannya.²⁶

Determinisme teknologi berpendapat bahwa teknologi adalah agen utama dalam perubahan budaya dan perubahan sosial. Namun bukan

²⁵ Ibid., hlm.187

²⁶ Stanley J. Baran, *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, (Jakarta : Penerbit Erlangga, 2012), hlm.23

teknologi yang mendorong budaya, tetapi cara orang yang menggunakan teknologi.

Sebagai contoh fenomena *selfie* di kalangan santri Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad, An-Nur, dan An-Nuriyah Surabaya. Pada zaman sekarang perkembangan teknologi semakin lambat laun semakin tinggi tingkat keinginan manusia untuk menggunakan sebuah teknologi, apalagi dalam perkembangan komputersasi yang begitu sangat cepat, apa saja bisa dilakukan oleh sebuah komputer. Pada pokok pembahasan masalah ini penulis menjelaskan tentang *selfie* dari kemajuan teknologi ini, yang memberikan perubahan nilai pada seseorang.

2. Teori Behaviorisme Sosial

Selain menggunakan teori ekologi media penelitian ini juga mencoba membedah secara lebih tajam dengan menggunakan Teori Behaviorisme Sosial. Meskipun pandangan interaksi simbolik sangat berbeda dengan behaviorisme, pandangan Mead dipengaruhi oleh paham tersebut. Mead setuju dengan behaviorisme dalam arti manusia harus dipahami berdasarkan apa yang mereka lakukan. Dalam pandangan Mead, pengamatan atas perilaku luar manusia semata menafikkan kualitas penting manusia yang berbeda dengan kualitas alam. Untuk membedakannya dengan behaviorisme radikal John B. Watson, tokoh utama behaviorisme,

Mead menyebut pandangannya sebagai behaviorisme sosial (*social behaviorism*).

Menurut Mead, Behaviorisme Social merujuk kepada deskripsi perilaku pada tingkat yang khas manusia. Jadi, dalam pandangan behaviorisme social, konsep mendasarnya adalah tindakan social (*social act*), yang juga mempertimbangkan aspek tersembunyi perilaku manusia.

Perilaku manusia tidak hanya berupa respons terhadap maksud orang lain.²⁷ Dapat disimpulkan, bahwa Mead memperluas teori *behavioristic* ini dengan memasukkan apa yang terjadi antara stimulus dan respons itu. Ia berhutang budi kepada behaviorisme tetapi sekaligus juga memisahkan diri darinya, karena bagi Mead manusia jauh lebih dinamis dan kreatif.²⁸

Teori ini menekankan proses belajar serta peranan lingkungan yang merupakan kondisi langsung belajar dalam menjelaskan tingkah laku. Menurut teori ini, semua bentuk tingkah laku manusia merupakan hasil belajar melalui proses perkuatan. Lingkunganlah yang akan menentukan arah perkembangan tingkah laku manusia lewat proses belajar. Perkembangan manusia dapat dikendalikan ke arah tertentu sebagaimana

²⁷ Noeng Muhadjir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Serasin, 1996), hlm 12

²⁸ Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif : Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2008) hlm 65-66

ditentukan oleh lingkungan dengan kiat-kiat rekayasa yang bersifat impersonal dan direktif.

Dalam penelitian, Dua teori di atas akan menjadi landasan dalam mengidentifikasi selfie dan perubahan nilai pada remaja (Studi Kasus Selfie di Kalangan Santri Pondok Pesantren Mahasiswa Al-Jihad, An-Nur, dan An-Nuriyah Surabaya).

