MOTIF SELFIE DI KALANGAN MAHASISWA
(Studi Fenomenologi pada Grup Instagram UNP Cantik)

Rizal Ikhsan[1], Leonardo Pranata[2]
Pendidikan Sosiologi-Antropologi, Universitas Negeri Padang
ikhsanrizal9@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh ketertarikan peneliti dalam melihat fenomena *selfie* yang telah menyebar disetiap lapisan masyarakat tidak terkecuali pada mahasiswa UNP khususnya yang tergabung di grup Instagram UNP Cantik (GUC). Peneliti menemukan, bahwa apa yang mereka tampilkan dalam GUC tidak hanya menampilkan *selfie*, namun juga beragamnya bentuk ekspresi dan latar yang mereka tampilkan kepada khalayak. Dibalik tindakan tersebut, tidak terlepas dari motif mereka untuk menampilkan *selfie* dengan bermacam bentuk ekspresi dan latar yang ingin ditampilkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis motif *selfie*di kalangan mahasiswa anggota GUC. Penelitian ini dianalisis dengan teori Fenomenologi oleh Alfred Schutz. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif, dengan jenis penelitian *Studi Fenomenologi*. Hasil penelitian menunjukan bahwa terdapat tiga motif *selfie* di kalangan mahasiswa anggota GUC: (1) Mendapatkan kepuasan diri dan hiburan. (2) Membangun citra diri. (3) Menarik perhatian orang lain.

Kata Kunci: motif, selfie, instagram

ABSTRACT

This research is motivated by the interest of researcher in observing selfie phenomenon which has spread in every layer of society without exception to UNP is students who joined Instagram group of UNP Cantik (GUC). Researcher found that what they show in the GUC not only selfie, but also different expressions and background that they depict to the public. Obviously behind these actions, regardless of their motive that to show selfie photos with various forms of expression and background they want to perform. This study aims to analyze the motive of GUC's student member. This study analyzed with theory of phenomenology by Alfred Schutz. This research was conducted with a qualitative approach with the type of phenomenology study research. The research result found that there were three selfie motives of GUC's Members: (1) gaining the self-satisfaction and entertainment. (2) Building self image. (3) Drawing the attention of others.

Keywords : motive, selfie, instagram

2. Prodi Pendidikan Sosiologi-Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Padang
leonardo_pranata@yahoo.co.id

PENDAHULUAN

Masyarakat modern saat ini hampir tidak mungkin tidak terkena paparan media, disadari atau tidak media dengan segala kontennya hadir menjadi bagian hidup manusia. Seiring dengan perkembangan zaman, kehadiran media semakin beragam dan berkembang salah satunya dibidang komunikasi. Kemunculan teknologi informasi berbasis internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan penggunaan media sosial di kalangan masyarakat. Media sosial tidak lain merupakan medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial (Nasrullah, 2015:11). Melalui media sosial setiap orang bisa berbuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten teks yang ditulis, foto, video, suara dan sebagainya yang disebarkan dalam media sosial.

Keberadaan media sosial sebagai perangkat teknologi baru juga merupakan entitas yang memberikan kontribusi dalam kemunculan budaya siber (*cyberculture*) di antarannya *meme, demokrasi digital, fan culture, dan selfie*. Budaya siber itu sendiri merupakan praktik sosial maupun nilai-nilai dari komunikasi dan interaksi antar pengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antara manusia dan teknologi maupun manusia dengan perantara, budaya itu diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi melalui internet dan jaringan yang terbentuk diantara pengguna (Nasrullah, 2015:78). Kehadiran fenomena *selfie* sebagai budaya siber (*cyberculture*) tidak terlepas dari perkembangan teknologi informasi yang pesat, seperti *gadget atau smartphone* berteknologi tinggi yang dapat mempermudah pengguna untuk memotret diri dan terkadang hasil yang mereka lakukan lebih bagus dari pada orang lain yang memotret.

Selfie juga dianggap sebagai perangkat citra diri masyarakat *urban* (Kusrini, 2013). *Selfie* kini merupakan fenomena baru dan telah menyebar luas ke setiap lapisan masyarakat, seiring dengan bermunculan situs jejaring sosial baru seperti halnya Instagram. Fenomena *selfie* dalam Instagram memunculkan persoalan baru, terlihat dari *selfie* yang ditampilkan dalam Instagram seperti ekspresi, latar tertentu dan attribut yang dikenakan. Hal lain dari pada itu, *selfie* juga telah dianggap sebagai kebiasaan khalayak dalam bermedia sosial dan semakin kuat kebiasaan tersebut ditandai adanya komentar yang diberikan oleh pengguna lain terhadap foto *selfie* yang dibagi kepada khalayak.

Hal positif dari *selfie* dapat digunakan sebagai alat untuk mengenali diri sendiri lebih baik dan juga untuk meningkatkan rasa cinta dan kepercayaan diri (klikdokter. diakses. 29 Oktober 2015). *Selfie* juga dapat berdampak negatif jika telah mengarah pada suatu kecanduan. Seperti kasus remaja asal Inggris dilaporkan sangat terobsesi dengan foto *selfie* dan menghabiskan waktu 10

jam dalam sehari untuk mengambil 200 foto *selfie* (www.liputan6.com. diakses 29 Oktober 2015). Di Indonesia tepatnya di daerah gunung kidul juga dihebohkan dengan beredarnya foto *selfie* pelajar tanpa busana. Foto *selfie* tanpa busana tersebut beredar luas melalui *black berry messenger* (BBM) (www.sindonews.com. diakses pada 30 Oktober 2015).

Selfie erat kaitannya dengan *self performance* (penggambaran diri) yang merupakan upaya individu untuk mengkontruksi dirinya dalam konteks *online* melalui foto atau tulisan sehingga lingkungan sosial mau menerima keberadaan dan memiliki persepsi yang sama dengan individu ini (Nasrullah, 2014:143). Selain itu *selfie* merupakan bentuk komunikasi secara non-verbal dimana penyampaian pesan lebih ditunjukan menggunakan tanda-tanda dari sebuah ekspresi dalam foto.

Realitas membawa kita pada kenyataan bahwa, awalnya tindakan pengguna ingin berbagi momen atau kegiatan mereka di jejaring sosial (Nasrullah, 2014:135) dan dahulu sebuah foto sering menjadi pelengkap sebuah teks tulisan (*konten*), namun sekarang ini foto telah menjadi elemen penting dan populer dibagikan di dalam media sosial. Melihat fenomena *selfie* sekarang ini yang kian marak terlihat kecendrungan ingin menunjukan sesuatu dari diri mereka baik ekspresi dan latar maupun atribut yang ditampilkan. Peneliti berasumsi bahwa tindakan yang mereka lakukan tersebut seakan memiliki motif-motif tertentu. Karena pada hakekatnya setiap tindakan manusia mempunyai motif yang timbul karena adanya kebutuhan. Motif itu sendiri melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Ahmadi, 2009:181).

Fenomena *selfie* yang telah menyebar ke setiap lapiaan masyarakat baik pada tingkat umur maupun pendidikan, seperti di kalangan mahasiswa di perguruan tinggi tidak terkecuali pada mahasiswa Universitas Negeri Padang (UNP). Khususnya mahasiswa yang tergabung dalam Grup Instagram UNP Cantik (GUC). Berdasarkan pengamatan, peneliti menemukan bahwa GUC selain merupakan salah satu grup Instagram mahasiswa UNP memiliki *follower* yang tidak kalah banyak dari grup Instagram mahasiswa UNP lainnya dan tercatat telah memiliki 1.629 *follower* (Instagram. UNP cantik.com. diakses 12 November 2015), namun yang menarik perhatian peneliti tidak hanya jumlah *follower* yang banyak namun juga foto-foto yang banyak ditampilkan dalam grup tersebut. Selama pengamatan peneliti menemukan bahwa sebagian besar foto yang ditampilkan dalam grup adalah foto *selfie*. Dalam hal ini yang terpenting bagi peneliti tidak hanya sekedar aktifnya mereka menampilkan foto *selfie* dengan beragam ekspresi dan latar, melainkan motif para anggota GUC berbagi foto *selfie* dengan ekspresi, latar dan atribut yang ditampilkan, karena pada dasarnya motif tersebutlah yang akan mempengaruhi dan mendorong tindakan seseorang seperti yang telah dijelaskan sebelumnya.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, penulis tertarik untuk menulis tentang motif *selfie* di kalangan mahasiswa, studi fenomenologi pada grup Instagram UNP Cantik. Masalah yang akan dibahas dalam tulisan ini yaitu: apakah yang menjadi motif *selfie* di kalangan mahasiswa anggota GUC. Dalam penelitian ini dianalisis dengan teori fenomenologi yang dikemukakan oleh Alfred Schutz. Inti pemikirannya adalah bagaimana memahami tindakan sosial (yang berorientasi pada perilaku orang atau orang lain pada masa lalu, sekarang dan akan datang) melalui penafsiran. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna, dan kesadaran. Untuk menggambarkan seluruh tindakan seseorang, maka Schutz mengelompokan dalam dua tipe motif, yaitu: (a) *In-order-to-motive* (motif tujuan), (b) *Because motive* (motif karena).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan tipe penelitian studi fenomenologi. Pemilihan informan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan yang bertujuan tentunya berdasarkan pertimbangan yang telah ditentukan dengan jumlah informan 28 informan dari anggota GUC dan 3 informan dari luar GUC. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi non-partisipan. Selain itu pengumpulan data juga dilakukan wawancara mendalam yang merupakan wawancara tidak terstruktur.

Dalam menguji keabsahan data, maka dilakukan triangulasi data yang terbagi menjdi tiga yaitu triangulasi sumber, teknik, dan waktu. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini dimaksudkan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan waktu yang berbeda. Data yang diperoleh dari lapangan dianalisis menggunakan *model interaktif* yang dikembangkan oleh Miles dan Huberman. Analisis data dengan model ini dilakukan melalui tiga tahap yaitu: reduksi data, data display, dan penarikan kesimpulan.

KERANGKA TEORI /KONSEP

Menurut Gerungan motif itu merupakan suatu pengertian yang melengkapi semua penggerak alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Sedangkan, Atkinson mengartikan motif suatu disposisi laten yang berusaha dengan kuat untuk menuju tujuan tertentu, tujuan ini dapat berupa prestasi, afiliasi ataupun kekuasaan (Ahmadi, 2009:177). Dalam kamus besar yang dikeluarkan oleh Oxford Dictionary. *Selfie A photograph that one has taken of one self, typically one taken with a smartphone or webcam and shared via social media* (www.Oxfordictioneries.com. diakses 2 September 2015) diartikan sebagai: foto hasil memotret diri sendiri, biasanya dengan *smartphone* atau *webcam*, lalu diunggah dalam situs jejaring sosial.

PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan mengenai motif *selfie* di kalangan mahasiswa anggota GUC. Penulis menemukan tiga hal yang menjadi motif di kalangan mahasiswa anggota GUC dalam berbagi *selfie* dengan menampilkan beragam ekspresi dan latar yang ingin ditampilkan, adapun motif tersebut adalah sebagai berikut:

Mendapatkan Kepuasan Diri dan Hiburan

Keberadaan media sosial sebagai perangkat teknologi baru juga merupakan entitas yang memberikan kontribusi dalam kemunculan budaya siber. Dalam banyak kasus, budaya siber dalam media sosial tidak bisa ditemukan atau terjadi di dunia nyata. Meskipun terjadi di dunia virtual dengan bantuan perangkat teknologi, budaya siber memiliki peran juga pengaruh bagi kehidupan sosial pengguna secara *offline* (Nasrullah, 2015:80). Budaya dalam perspektif semiotika menjelaskan bahwa budaya adalah sekumpulan praktik sosial yang melalui makna diproduksi, disirkulasikan, dan pertukarkan baik itu simbol dan tanda (Nasrullah, 2015:75).

Dalam Instagram simbol *love* dimaknai sebagai tanda menyukai terhadap apa yang telah dipublikasikan kepada khalayak, di tengah fenomena *selfie* yang sedang tren di kalangan mahasiswa UNP khususnya yang tergabung dalam GUC. Berdasarkan hasil pengamatan dan wanwancara ditemukan bahwa, motif dari anggota GUC menampilkan *selfie* dengan ekspresi atau latar tertentu yang ingin ditampilkan karena adanya motif untuk mendapatkan kepuasan diri dan hiburan ketika banyak mendapatkan simbol *love*, karena bagi mereka adanya *love* yang diberikan menandakan bahwa khalayak menyukai foto yang ditampilkan. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dkk (2017) menunjukan bahwa selain adanya motif hiburan mengunggah foto *selfie* di instagram dan dengan adanya tanggapan positif seperti *like* dan komentar juga menjadi alasan untuk mengunggah foto *selfie* kembali.

Kehadiran Instagram sebagai media sosial baru yang berfungsi sebagai penyedia layanan untuk berbagi foto, tentunya dalam hal ini tidak terlepas dari motif pengguna dalam menggunakan media tersebut. Menurut Gerungan motif itu merupakan suatu pengertian yang melengkapi semua penggerak alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu (Ahmadi, 2009:177). Terkait dengan penggunaan media McQuail menggolongkan menjadi empat fungsi media bagi individu. Adapun fungsi tersebut seperti: informasi, identitas pribadi, integritas dan interaksi sosial, hiburan (Dennis, 1996:78). Tidak jauh berbeda dengan pandangan beberapa ahli di atas**,** dalam hal ini motif dari beberapa anggota GUC dalam berbagi *selfie* kepada khalayak. Selain adanya rasa kepuasan diri dan merasa terhibur ketika mendapakan banyak *love*, namun beberapa anggota GUC juga mendapatkan kepuasan diri

dan terhibur ketika mereka mengunggah *selfie* yang ingin ditampilkan seperti ekspresi yang dianggap cantik, manis, lucu dan layak untuk dilihat oleh khalayak.

Kecanduan pada *selfie* tentu telah mengarah pada hal negatif, namun jika mengacu dari pandangan dari Karl Marx bahwa bagaimana "agama sebagai candu". Dimana menurut Marx, fungsi yang dimainkan agama dalam kehidupan masyarakat sama seperti candu pada diri seorang. Dengan agama, penderitaan dan kepedihan yang di alami oleh masyarakat yang tereksploitasi dapat diringankan melalui fantasi, tidak ada lagi penindasan (Pals, 2011:205). Sama juga seperti hal yang dilakukan oleh anggota GUC, dimana *selfie* tidak hanya memberikan pada tingkat kepuasan diri, hiburan, namun juga telah menjadi candu untuk selalu berbagi *selfie* sehingga aktifitas tersebut sebagai rutinitas sehari-hari. Penelitian yang dilakukan oleh Simatupang (2015), juga menunjukan bahwa kegiatan *selfie* yang dilakukan sebagian besar remaja mengakibatkan sifat candu yang berakhir pada obsesi untuk mendapatkan foto yang diinginkan.

Berdasarkan pandangan Alfred Schutz tentang motif dari tindakan seseorang. Schutz membedakan dua tipe motif yakni motif" dalam rangka untuk *(in order to)* dan motif " karena"*(because)*. Motif pertama berkaitan dengan alasan seseorang melakukan suatu tindakan sebagai usaha menciptakan situasi dan kondisi yang diharapkan di masa mendatang. Motif kedua merupakan pandangan *retrospektif* terhadap faktor-faktor yang menyebabkan seseorang melakukan tindakan tertentu (Haryanto, 2012:149).

Melihat motif dari beberapa anggota GUC seringkali berbagi *selfie* dengan yang mereka tampilkan seperti ekspresi dan latar tertentu, karena adanya motif "untuk" *(in order to)*. Mereka sering berbagi *selfie* dengan ekspresi senyum manis, cantik bahkan ekspresi lucu karena adanya motif untuk mendapatkan kepuasan diri dan hiburan. Ketika mereka banyak mendapatkan tanda *love* dan akan mengulangi *selfie* kembali. Mereka merasa puas dan terhibur meskipun melihat *selfie* yang dianggap cantik, manis, lucu, dan manis di media sosial.

Membangun Citra Diri

Citra diri (*self image)* sering dikaitkan dengan gambaran tubuh sendiri yang dibentuk dalam pikiran untuk menyatakan suatu cara manampilkan tubuh seperti, cantik dan jelek dan hal ini penting dalam pengembangan konsep diri. Dalam upaya untuk membangun citra diri dalam konteks sosial kini tidak hanya terjadi dalam dunia nyata namun juga dibangun dalam dunia semu *(cyberspace)*. Dunia *cyberspace* merupakan sebuah dunia yang di dalamnya setiap orang dikondisikan oleh untuk menampilkan eksistensi dirinya lewat "ontologi citra", yang diandaikan sebagai

lukisan citra diri sejati *(true self)*. Dalam rangka mendapatkan makna eksistensial yang otentik, padahal palsu (Piliang, 2012:149-156).

Berdasarkan hasil penelitian terungkap bahwa kalangan anggota GUC yang sering menampilkan *selfie* tidak lain dikarenakan adanya motif untuk membangun citra diri mereka dalam konteks *online*, sehingga dapat mempengaruhi kehidupan mereka dalam konteks *offline*. Tindakan mereka untuk membangun citra diri dalam dunia maya agar khalayak berpandangan sesuai dengan keinginan mereka. Seperti halnya *selfie* dengan ekspresi yang dianggap bagus seperti senyum manis, ceria, camdit, atau yang dianggap cantik oleh mereka. Artinya dalam hal ini, dengan menampilkan ekspresi-ekspresi yang baik diharapkan dapat merubah pandangan orang lain terhadap diri mereka. Selain itu, perubahan ke-arah yang baik adalah merupakan hal yang diinginkan setiap orang, tentunya perubahan baik itu juga harus diketahui oleh orang lain baik perubahan bentuk fisik maupun perilaku. Agar orang lain dapat mengetahui adanya perubahan pada diri mereka, selain dapat dikomunikasikan secara verbal, non-verbal maupun visual seperti melalui foto. Kurniadi dalam penelitiannya (2015:99-107) menunjukan bahwa ekspresi *selfie* merupakan salah satu ungkapan perasaan secara non-verbal. Dengan demikian dibalik *selfie* sesungguhnya memiliki pesan yang hendak disampaikan oleh aktor kepada khalayak.

Hasil penelitian menunjukan bahwa anggota GUC seringkali menampilkan dan memperbaharui foto diri mereka agar orang lain dapat melihat adanya perubahan diri mereka, sehingga orang yang melihat dapat berpandangan sama dengan diri mereka bahwa mereka telah berubah**.** Selain menampilkan ekspresi-ekspresi tertentu seperti senyum manis, cantik, atau ceria dan tidak kalah penting bagaimana latar dari sebuah foto *selfie* yang mereka tampilkan seperti di kafe-kafe, mall, karoke dan bahkan *selfie* di tempat wisata ekstrim. Hasil penelitian ini juga menunjukan bahwa tindakan mereka menampilkan hal tersebut ingin membangun citra diri, sehingga mereka dapat dipandang sebagai anak gaul zaman sekarang. Selain mereka melakukannya karena ingin mengikuti perkembangan zaman. Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhan dkk (2017:63-68), juga menunjukan bagaimana fenomena *selfie* digunakan remaja sebagai sebuah media untuk membentuk identitas diri. Dengan demikian ekspresi wajah foto *selfie* mengandung pesan yang dituju ke publik, sehingga dapat membentuk citra diri. Dari pembahasan di atas diketahui bahwa *selfie* merupakan salah satu upaya untuk membangun citra diri dalam konteks *online*.

Berdasarkan pandangan Alfred Schutz tentang motif dari tindakan seseorang. Schutz membedakan dua tipe motif yakni motif" dalam rangka untuk"*(in order to)* dan motif "karena"*(because)* (Haryanto, 2012:149). Mereka sering berbagi foto *selfie* diri mereka kepada khalayak dengan ekspresi, latar dan aksesoris yang bagus karena, mereka ingin membagun citra

diri yang baik. Hal itu dilakukan agar khalayak berpandangan sama dengan yang mereka inginkan.

Menarik Perhatian Orang Lain

Kehadiran Instagram sebagai aplikasi dalam berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital dan membagikan ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk pemilik Instagram sendiri (Nurudin, 2012:57). Sebagai bagian dari dunia maya (*cyberspace*) dengan sifat yang terbuka memungkinkan setiap orang dapat secara leluasa untuk berbagi foto kepada khalayak, termasuk juga halnya *selfie* yang tengah menjadi fenomena dalam dunia maya *(cyberspace)*. *Selfie* sendiri merupakan potret diri yang lebih terfokus pada bagian tubuh bagian atas dan lebih dominan untuk memunculkan wajah seseorang kerena foto tersebut diambil oleh tangan mereka sendiri.

Peneliti seringkali menemukan bermacam bentuk foto *selfie* yang mereka tampilkan kepada khalayak. Adapun bentuk-bentuk ekspresi wajah baik ekspresi cantik, senyum manis, lucu, bibir manyun, bibir bebek. Beberapa di antara mereka sengaja menampilkan *selfie* ekspresi yang semenarik mungkin seperti ekspresi wajah cantik menurut mereka, senyum manis, dan centil. Hasil penelitian menunjukan bahwa, salah satu motif mereka *selfie* dengan ekspresi tertentu adalah untuk menarik perhatian orang lain seperti lawan jenis supaya tertarik pada mereka. Hal tersebut juga merupakan upaya yang dilakukan beberapa anggota GUC membuat mereka dapat dikenal oleh mahasiswa lain di kampus dan bagi mereka membangun suatu relasi sosial. Simatupang (2015:1-15), dalam penelitiannya juga menunjukan bahwa *selfie* dengan mengabadikan momen-momen serta yang paling dominan ialah ingin mendapat perhatian dari orang lain berupa komentar dan *like*.

Merujuk pada pandangan Alfred Schutz tentang motif dari tindakan seseorang. Schutz membedakan dua tipe motif yakni motif" dalam rangka untuk"*(in order to)* dan motif " karena"*(because)* (Haryanto, 2012:149). Jadi motif dari beberapa anggota GUC dalam sering berbagi foto *selfie* dengan menampilkan ekspresi dan latar tertentu karena, adanya motif untuk *(in order to)*. Upaya untuk menampilkan *selfie* dengan ekspresi yang baik, dilakukan untuk menarik perhatian orang lain seperti lawan jenis dan dikenal oleh mahasiswa lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat disimpulkan, bahwa dibalik *selfie* yang di unggah ke dalam media sosial tidak hanya sekedar foto. Di balik *selfie* tersebut sesungguhnya memiliki motif. Adapun motif *selfie* di kalangan mahasiswa anggota GUC adalah untuk

mendapatkan kepuasan diri dan hiburan, karena ingin membangun citra diri, untuk menarik perharian orang lain. Motif-motif tersebut tidak hanya ditujukan untuk diri mereka, namun juga ditujukan kepada khalayak. Dimana motif-motif tersebut termanifestasi melalui ekspresi, latar belakang, dan attribut yang dikenakan, dimana hal tersebut tersirat pesan-pesan non-verbal yang hendak disampaikan kepada khalayak.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmadi, Abu.2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta

http://klikdokter.com. *Mengapa Kita Gemar Membuat Foto Selfie*. diakses 29 oktober 2015.

http://liputan6.com. *1 dari 5 Remaja Langsung Selfie Ketika Bangun Tidur*. diakses 29 oktober 2015.

http://www. *Oxfordictioneries.com/ms/definisi/bahasa-ingris/selfie*. diakses 2 september 2015.

https://sindonews.com. *Foto Selfie Pelajar Tanpa Busana Kembali Beredar Di Gunung Kidul*. diakses 30 oktober 2015.

Kurniadi, Indrayani 2015. "Makna Foto Selfie Sebagai Bentuk Ekspresi Diri Mahasiswa Fikom UNIBA". *Jurnal Hubungan Masyarakat*. Universitas Islam Bandung.

Kusrini. 2013. "Selfie sebagai Perangkat Citra Diri Masyarakat Masyarakat Urban". *Jurnal of Urban Society's*. Vol. 13(1).

Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber* (*Cybermedia*). Jakarta : Kencana.

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung : Simbioasa.

Nurudin. 2012. *Media Sosial Baru dan Munculnya Proses Komunikasi*. Yogyakarta : Buku Litera.

Pals L. Daniesl. 2011. *Seven Teories of Religion*. Jogyakarta : IRCiSoD.

Piliang A Yasraf. 2012. "Masyarakat Informasi dan Digital". *Jurnal Sosioteknologi*. Edisi 27 Tahun 11, Desember. Hal :143-156.

Ramadhan, Arung., Hatuwe, M & Nurliah. 2017. "Motif Foto Selfie di Instagram pada Siswa SMA Negeri 1 Kota Samarinda". *Journal ilmu Komunikasi*. Vol 6 (1): 379-390.

Ramadhan, Rio. Aminullah, A & Yasak, E, M. 2017. "Fenomena Selfie (Berfoto Sendiri) di Akun Media Sosial Path Sebagai Bentuk Ekspresi Diri (Pada Remaja SMK PGRI 3 Malang)". *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Vol. 6 (1):63-68.

Simatupang. F. Fritta. 2015. "Fenomena Selfie (Self Portrait) di Instagram (Studi Fenomenologi pada Remaja di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru)". *Jom FISIP* . Vol 2 (1): 1-15.

Sindung, Haryanto. 2012. *Spektrum Teori Sosial dari Klasik Hingga Postmodern*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.

Sugiono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

http:// Instagram. *UNP Cantik*. diakases 12 November 2015