

**Pergeseran Mitos Nilai Rekreatif pada Pengguna Tagar *Explore-Indonesia*  
dalam Media Sosial**

**Raini Nur Aprijianti**  
**Namira Choirani Fajri**

Mahasiswa S1 Sastra Indonesia Universitas Airlangga,  
rainaprily@gmail.comnamirachoirani@gmail.com

**Abstract**

The development of technology is expected to be a lifestyle change factor of society. One of them, the value of community recreation that allegedly shifted along with the increasing popularity of social media. This study aims to reveal the rhetoric of images in photo uploaded images of Indonesia in the social media along with the meaning that the user is trying to build. This research uses qualitative research method with photo tags explore-Indonesia in instagram as sample data. Enterprises showing self-image made by the urban community can cause recreational values shifted from the initial assumption. Previously, recreation was used to attach kinship, refresh mind, and retire for a moment from busyness, but now it is no longer the only goal. The value of recreation or travel for the urban community can also depend on the photo obtained and the number of likes on the uploaded photo.

**Keywords** : recreation, rhetoric of image, social media, relations, meaning

**1. Pendahuluan**

Berlibur atau berjalan-jalan dalam hal menyenangkan diri merupakan salah satu hal yang dibutuhkan oleh manusia. Kesibukan dan rutinitas acap kali membuat fisik, mental, dan tenaga terforsir sepenuhnya. Perlu adanya yang dilakukan sebagai bentuk pengalihan rutinitas dan kewajiban. Utamanya bagi masyarakat urban sebagai upaya merefitalisasi fisik dan pikiran. Kegiatan tersebut dikenal dengan rekreasi. Kegiatan yang biasa dilakukan perseorangan atau kelompok dengan tujuan kesenangan dan kepuasan diri. Rekreasi disadari sebagai bagian dari kebutuhan sekunder manusia. Tidak bersifat mendesak dan mengancam keberlangsungan hidup manusia apabila tidak dilakukan, akan tetapi

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

rekreasi merupakan kebutuhan tersendiri yang sebisa mungkin harus terpenuhi untuk penunjang kehidupan manusia.

Berkembangnya teknologi mempengaruhi beberapa aspek kehidupan. Melalui teknologi, seseorang dapat mengetahui kabar dari belahan dunia dalam waktu sepersekian detik. Berbagai informasi dapat diakses secara instan. Hal ini menunjukkan, perubahan teknologi dapat mengubah gaya hidup masyarakat pengguna. Informasi dapat ditularkan dengan cara sederhana. Masyarakat pun praktis menjadikan media sebagai wadah bersosialisasi. Itulah sebabnya disebut sebagai media sosial. Ditandai dengan kehadiran *smartphone* sebagai bentuk kemudahan dalam bersosialisasi dalam bentuk media, masyarakat dapat memanfaatkan kemudahan yang ditawarkan oleh fitur layanan/aplikasi. Terdapat banyak aplikasi media sosial yang digunakan masyarakat Indonesia saat ini, diantaranya, *facebook*, *twitter*, *instagram*, *path*, dll. Berbagai aplikasi dibuat untuk memudahkan pengguna, seperti, mengirim pesan ke belahan dunia lain. Terdapat pula aplikasi yang menyajikan fitur layanan yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lain, seperti *instagram*.

Aktivitas mengunggah foto di jejaring sosial disadari masyarakat sebagai tren baru. Media sosial juga dimanfaatkan masyarakat sebagai ajang berbisnis, menyebarkan dan mendapat informasi, ataupun berbagi hasil foto terbaik yang di dapat. Latar tempat beserta filter digital penunjang menjadi salah satu yang diperhatikan bagi pengguna. Eksplorasi tempat-tempat baru yang anti-*mainstream* pun gencar dilakukan masyarakat. Dari tempat minim risiko hingga berisiko tinggi tetap didatangi bagi masyarakat. Saat ini yang tengah marak bagi pengguna yaitu adanya foto bertag *explore-Indonesia* di media sosial. Dalam pengamatan, jumlah postingan foto bertag *explore-Indonesia* terus meningkat setiap harinya. Pada tanggal 3 Juni 2017 terdapat 4.788.546 kiriman publik di media sosial *instagram*. Kepuasan berfoto di tempat rekreasi kini diduga lebih dominan dari pada nilai konvensi rekreasi. Perilaku baru masyarakat urban ini menarik untuk diteliti.

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Penelitian ini bertujuan untuk membongkar retorika imaji pada foto unggahan bertagar *explore-Indonesia* di media sosial dan mengkaji bagaimana mitos menandai retorika imaji pada foto unggahan bertagar *explore-Indonesia*. Mengaitkan semiotika dan bahasa media tampaknya dapat menjadi satu diskusi yang menarik. Pada foto yang diunggah dalam media sosial merupakan bentuk pesan yang disembunyikan. Fotografi akan menjadi jenis wicara bagi kita sebagaimana artikel surat kabar; bahkan objek-objek lain pun akan menjadi wicara, jika semuanya memiliki makna (Barthes, 2004:154). Barthes menyebutkan bahwa mitos merupakan tipe wicara. Mitos merupakan sistem komunikasi dalam menuju sebuah pemaknaan.

Semiologi adalah ilmu tentang bentuk yang didalamnya mempelajari pemaknaan secara terpisah dari kandungannya. Mitos adalah sistem semiologis tingkat kedua. Mitos terbangun dari serangkaian rantai semiologi yang telah ada sebelumnya. Dalam mitos mengenal tiga istilah, petanda, penanda, dan tanda. Dalam linguistik, sifat petanda muncul dalam diskusi-diskusi yang memfokuskan terutama pada tingkat “realitas”-nya (Barthes, 2012:65). Petanda bukanlah objek, melainkan representasi mental dari objek, sedangkan penanda merupakan mediator. Materialitas penanda merupakan salah satu bagian penting untuk membedakan dengan jelas antara materi dan substansi: sebuah substansi bisa jadi imaterial (bunyi, objek, gambar). Tanda (yakni gabungan total antara konsep dan citra) pada sistem pertama, menjadi penanda pada sistem kedua (Barthes, 2004:160-161). Berikut dalam konteks bahwa materi-materi wicara mistis berdasar bahasa itu sendiri, fotografi, lukisan, poster, ritual, objek-objek, dan yang lainnya.

Foto merupakan satu-satunya bangunan yang dibentuk dan dirahimi paling banyak dan khusus oleh pesan-pesan denotatif, yakni pesan yang mengakarkan eksistensinya secara total pada foto. Mendeskripsikan foto membutuhkan kesepakatan kerja sama antara penghubung atau pesan lapir kedua yang bersasal dari sebuah kode bahasa dengan pesan denotatif, sehingga kedua pesan ini, pada analog fotografis dapat bersama membentuk konotasi (Barthes, 2010: 4-5).

Keobjektifan sebuah foto memiliki kemungkinan besar menjadi mitos. Pada sebuah foto, pesan konotatif merupakan wilayah ekspresi yang sarat muatan. Konotasi merupakan proses penyusupan atau pelapisan makna kedua ke atas pesan fotografis.

Konotasi memiliki enam tahapan. *Pertama, efek tiruan.* Efek tiruan merupakan efek yang memiliki kepentingan metodologis yaitu mengintervensi denotasi tanpa tedeng aling-aling. Efek tiruan memanfaatkan kredibilitas istimewa yang dimiliki foto. Kredibilitas istimewa ini merupakan kekuatan luar biasa denotasi untuk mengelupas pesan yang seolah-olah hanya bersifat denotatif, tetapi sebenarnya sarat muatan konotatif. *Kedua, pose atau sikap.* Sikap badan atau *pose* dapat mengarahkan penafsiran pada petanda-petanda konotasi. Foto hanya bertugas menandakan (mengarahkan) saja karena sudah ada pandangan yaitu pandangan yang dianggap lumrah serta siap pakai dalam proses penandaan. *Ketiga, objek.* Pengaturan sikap atau posisi objek mesti sungguh-sungguh diperhatikan karena makna akan diserap dari objek-objek yang difoto. Daya tarik akan semakin besar apabila objek foto bisa merujuk pada jejaring ide tertentu.

*Keempat, fotogenia.* Fotogenia merupakan aspek teknis dalam produksi foto seperti pencahayaan dan pencetakan hasil yang dikembangkan oleh Edgar Morin. Dalam fotogenia, pesan konotatif adalah imaji itu sendiri, yang diperhalus dengan tekni-teknik fotografi. *Kelima, estetisisme.* Penjelasan estetisisme masih ambigu. Estetis di sini dapat diartikan sebagai komposisi foto atau lukisan. *Keenam, sintaksis.* Penanda konotasi tidak terdapat lagi pada masing-masing foto, tetapi pada keseluruhan rangkaian yang membentuk kesatuan atau disebut dengan lapisan supra-segmental oleh para ahli linguistik. Dengan kata lain, legenda yang menyertai foto merupakan salah satu aspek yang membentuk pesan konotatif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Metode penelitian kualitatif dapat menunjukkan tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, juga tingkah laku organisasi (Chony, 1997: 11), oleh karena itu untuk menunjukkan dunia dan kehidupan objek manusia yang ingin diteliti digunakan penelitian kualitatif. Melalui metode penelitian kualitatif maka dapat

dilihat, memerikan, dan memahami pelaku rekreasi dengan lebih mendalam. Data dikumpulkan dari foto *instagram* bertagar *explore-Indonesia*. Foto tersebut diunggah melalui akun pribadi dengan jumlah *like* lebih dari seratus serta memiliki *caption* (keterangan singkat) yang menyertai foto. Selanjutnya dilakukan analisis semiologi Roland Barthes untuk menganalisis objek material yang berupa foto.

## **2. Retorika Imaji pada Foto Bertagar *Explore-Indonesia***

Pada media sosial, perilaku mengunggah foto merupakan rantai yang saling mengikat sehingga satu dan yang lainnya menjadi identik. Begitu pula dengan konten foto yang diunggah, bentuk dan proporsi fotografis menjadi salah satu hal yang diperhatikan oleh pengguna. Kecenderungan tersebut diduga terjadi pula pada pengguna tagar *explore-Indonesia*. Kegiatan eksplorasi tempat wisata di Indonesia kini tak bisa lepas antara berfoto dan media sosial. Melalui bentuk analisis foto beserta pesan fotografis didapatkan uraian makna. Objek-objek foto dianggap sebagai elemen yang penting bagi proses pertandaan. Foto akan menghasilkan proses imaji (*image*) yang berkomplementasi melalui proses pemaknaan substansinya. Foto yang diunggah pada akun *instagram* yang kemudian dibubuhi tagar *explore-Indonesia* ini memiliki penanda-penanda konotasi yang menjadi satu. Penanda-penanda ini kemudian disebut sebagai konotator oleh Barthes (2010: 38). Kumpulan konotator ini selanjutnya membentuk suatu retorika, yaitu bagian dari proses pertandaan yang berurusan dengan penciptaan ideologi. Melalui analisis beberapa data foto yang ditemukan pada media sosial *instagram*, dapat ditemukan mitos yang mendasari foto tersebut. Hal ini disuguhkan sebab mitos pada kenyataannya memiliki fungsi ganda: menunjukkan dan memberitahu, membuat kita bisa memahami sesuatu dan membebani kita kan sesuatu (Barthes:2004:165). Berikut hasil analisis retorika imaji pada foto bertagar *explore-Indonesia* di media sosial.

## 2.1. Analisis Data Foto 1.1



**Gambar 1. Data Foto 1.1**

Tanda denotatif yang muncul pada data foto 1.1 adalah empat orang dengan latar pemandangan di Pulau Lengkuas Belitong. Keempat orang wisatawan tersebut sedang menaiki perahu. Perahu pada foto tersebut merupakan penanda yang kemudian memberi tanda bahwa keempat orang ini menggunakan perahu kayu untuk mencapai Pulau Lengkuas. Empat orang ini terdiri dari satu laki-laki dan empat perempuan. Keempat orang tersebut menggunakan pakaian berwarna monokrom dengan atasan dominan berwarna putih. Aksesoris yang mereka gunakan pun senada, yaitu kaca mata hitam. Kaca mata hitam dapat menjadi petanda menghindari terik matahari dan silau. *Pose* tunjukkan adalah menengok ke arah selatan seakan sedang memperhatikan sesuatu dari arah tersebut. Foto ini menggunakan *high angle* yang menampilkan foto dari sisi atas sehingga memiliki lanskap foto yang lebih luas. Objek terdekat dengan kamera pada foto ini adalah empat orang yang menumpang perahu dengan latar Pulau Lengkuas.

*Caption* yang dituliskan pada data foto 1.1 sebagai berikut.

*“Identify ur passion then design ur future”*

Terjemahan dari *caption* tersebut adalah *identifikasi kegemarannya setelah itu rancang masa depanmu*.

Tanda konotatif yang muncul adalah kesengajaan dari keempat orang ini agar menampakkan citra senada dalam pemilihan baju. Menggunakan warna-warna monokrom menunjukkan citraan bahwa keempat pemuda tersebut tidak ingin tampak mencolok ketika berada di alam bebas. Kesan menyatu dengan alam ingin ditunjukkan melalui pemilihan warna pakaian dan aksesorisnya. Kaca mata hitam selain berguna untuk menghindari terik matahari juga dapat digunakan sebagai penunjang penampilan. Menengok bersama ke arah selatan menunjukkan bahwa mereka tetap kompak dan perhatiannya tertuju pada hal yang sama.

*Caption* yang digunakan pada objek sebenarnya juga tidak memiliki keterkaitan langsung, namun penggunaan *caption* ini dapat menyiratkan pengunggah foto memiliki kegemaran berpetualang dan ingin menggunakan kegemarannya sebagai sumber penghasilannya. Pada akhirnya yang dimaksudkan di sini adalah rekreasi yang dilakukan oleh pengunggah foto tak hanya ingin dijadikan sebagai penghilang rasa penat, melainkan juga ingin dijadikan sebagai masa depannya.

Pada foto tersebut tampak penempatan pria yang berada pada urutan terdepan perahu mereka. Pria dianggap sebagai pemimpin yang pemberani dan harus ditempatkan di depan. Dia digunakan sebagai objek yang berani menghadapi bahasa terlebih dahulu dibandingkan wanita-wanita yang harus berada di belakangnya.

## **2.2. Analisis Data Foto 1.2**

Foto pada data 1.2 menunjukkan seseorang yang tengah mengapung dengan perahu karet di air terjun. Orang ini tampak sangat menikmati pemandangan air terjun sendirian dari perahu karetnya yang berwarna hijau. Sudut foto yang digunakan adalah *eye view*. Fotografi yang mengangkat tema liburan atau rekreasi kerap menggunakan angle ini untuk mengabadikan aktivitas manusia, tekstur sebuah kota, atau interaksi dengan lingkungan sekitar kebanyakan menggunakan angle ini.

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan



**Gambar 2. Data Foto 1.2**

*Caption* yang ditulis pada foto ini sebagai berikut.

*Alam ini diciptakan dengan jutaan misteri yang tidak kita ketahui, bukan misteri yang membuat kita takut, tetapi misteri yang membuat kita bergairah untuk mengetahuinya.*

*Loc: Air Terjun Cikaso, Sukabumi, Jawa Barat ID*

Pada *caption* yang mengikuti foto data 1.2 memang menuliskan tentang alam, sesuai dengan foto tersebut, namun penjelasan tentang alam pada foto data 1.2 tidak ada hubungannya dengan foto tersebut. Di akhir *caption* pengunggah membubuhkan dengan lokasi foto tersebut di ambil dan dapat memudahkan bagi yang ingin mengetahui tempat tersebut.

Konotasi yang tampak pada foto tersebut adalah penggunaan perahu tersebut fungsi utamanya adalah properti foto. Sekalipun perahu tersebut berwarna hijau yang juga merupakan warna dominan dari foto data 1.2, namun hijau dari



**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

perahu tersebut merupakan hijau yang mencolok. Hal ini dapat menarik perhatian penikmat foto dan menampakkan citra bahwa sangat nyaman mengapung dengan perahu di air terjun. Perahu tersebut tentunya sengaja dibawa untuk *property* foto yang dapat menarik perhatian orang.

*Caption* yang digunakan pada foto tersebut berkenaan dengan alam, jika dibaca sekilas *caption* tersebut tidak senada dengan foto yang diunggah, namun *caption* di atas masih menunjukkan semangat *travelling* atau rekreasi.

### 2.3. Analisis Data Foto 1.3



**Gambar 3. Data Foto 1.3**

Pada foto data (3) tanda denotatif yang tampak adalah seorang pria yang berfoto dengan latar pegunungan. Pria ini menggunakan kaos hitam bergambar Mario yang berjenggot dengan celana jeans dan sepatu berwarna kuning. Pria ini berdiri mendekati ujung jembatan yang tidak memiliki pembatas. Jembatan tersebut serupa bentuk jalan raya yang terdapat garis marka. Pria ini juga menggunakan kacamata berwarna merah gelap yang dapat digunakan untuk menghindari silaunya matahari saat rekreasi.

*Caption* yang ditulisnya sebagai berikut.

*Dorong gua dong*

*Spot @laskarbambapuang\_buttumacca.*

Penulisan *caption* ini berhubungan dengan foto yang ditampilkan karena pria ini, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, berdiri mendekati ujung jembatan yang tidak berpembatas.

Pada data foto 1.3 pria tersebut menggunakan sepatu kuning sebagai fokus penampilannya. Hal ini tampak dari baju dan celananya yang berwarna gelap, yaitu kaos hitam dan celana jeans biru tua yang dipadankan dengan sepatu berwarna kuning menyala. Warna kuning dapat memberi arti kehangatan dan rasa bahagia dan seolah ingin menimbulkan hasrat bermain. Warna ini juga mengandung makna optimis, semangat, dan ceria (sumber). Pada foto tersebut, pria tersebut ingin menampakkan citra bahwa perjalanan langkahnya saat berekreasi merupakan perjalanan yang semangat dan ceria. Kacamata yang digunakan berwarna merah, meskipun merah yang digunakan merupakan merah sedikit gelap tetapi untuk menghindari sinar matahari maka akan lebih baik jika digunakan warna yang gelap seperti hitam atau coklat tua. Hal ini menunjukkan bahwa pemilihan kacamata merah ini ingin menunjukkan citra berenergi, bergairah, dan berbahagia. Pemilihan warna kaos dan celana yang berwarna gelap dapat menunjang fokus pada dua aksesoris ini saja.

Pada foto ini objek foto yang berada di ujung jembatan identik dengan bunuh diri. Hal ini berhubungan pula dengan *caption* yang digunakan pada data foto 1.3. Penggunaan *caption* ini sebenarnya digunakan untuk menarik perhatian pembacanya.

#### **2.4. Analisis Data Foto 1.4**

Pada data foto 1.4 memperlihatkan sosok perempuan tengah duduk di pinggir tebing sambil memandangi hamparan pantai. Sosok perempuan tersebut menggunakan kaos tanpa lengan berwarna hitam dipadukan dengan celana pendek berwarna biru *jeans*. Rambutnya tergerai ikal dengan pose tangan kanan menggenggam sejumput rambutnya. Format komposisi foto menggunakan *portrait* (vertical). *Caption* yang ditulis pengguna adalah sebagai berikut.

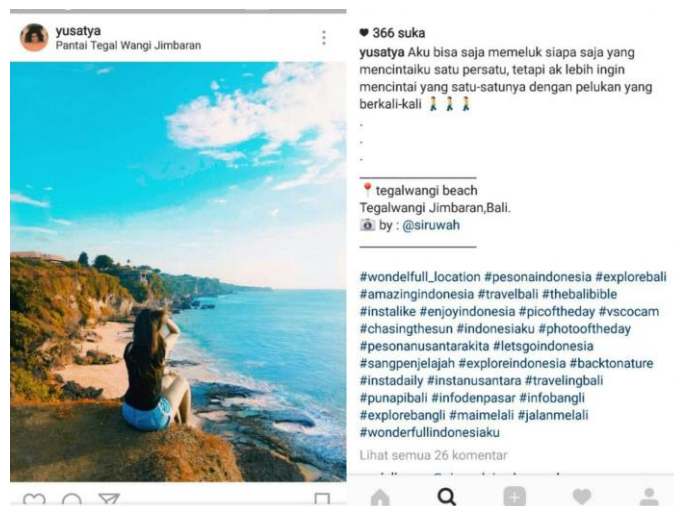
**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

*Aku bisa saja memeluk siapa saja yang mencintaiku satu persatu,  
tetapi ak lebih ingin mencintai yang satu-satunya dengan pelukan  
yang berkali-kali*

[Emoticon] tegalwangi beach

Tegalwangi Jimbaran, Bali.

[Emoticon] by : @siruwah



**Gambar 4. Data Foto 1.4**

Pada penulisan caption, secara kontekstual tidak berkaitan secara langsung pada foto. Akan tetapi, terkadang teks bahkan berseberangan dengan imaji untuk menghasilkan efek konotasi sampingan. Ditelaah secara garis besar, makna keterangan singkat pada data foto 1.4 adalah pengguna menghargai semua orang yang menaruh cinta pada dirinya, akan tetapi ia hanya percaya pada satu cinta atau seseorang yang nantinya akan menerima rasa tulus dari dirinya. Hal ini merupakan aktivitas proyeksi-identifikasi yang tidak rasional. Frasa *aku bisa* di awal kalimat pada *caption* tersebut menampilkan kesan bahwa penulisnya ingin menunjukkan kuasa atas dirinya sendiri. Secara garis besar, pesan konotatif yang ingin ditampilkan pada *caption* tersebut adalah penulis *bisa* melakukan apapun, namun penulis hanya melakukan hal yang *mau* dilakukannya saja sehingga mampu menonjolkan sisi kuasa dirinya yang lebih dari apapun dan siapapun.

## Seminar Nasional Budaya Urban

Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Data foto 1.4 terlihat diambil pada waktu sore hari. Terlihat seberkas cahaya mega merah menerpa tubuh dan tebing pada objek foto. Hal ini menimbulkan citraan ketenangan pada pesan yang ditampilkan. Bagian lain yang terlihat menarik pada data foto 1.4 ialah komposisi warna yang disajikan, antara warna senja, degradasi langit, dan warna birunya laut menunjang kesan elegan dan dinamis. Keserasian warna (*mood color*) memang diperlukan pada foto-foto *pictorial*. Sudut pengambilan gambar pada data foto 1.4 menggunakan teknik *high angle*, sehingga memberi kesan pandangan tinggi.

Pesan konotasi pada data foto 1.4 ialah memandangi alam di atas tebing saat senja merupakan sebuah keindahan. Ketinggian bukan hanya perkara *extreme*, akan tetapi bisa dimanfaatkan untuk menikmati pemandangan alam secara menyeluruh. Dengan hanya mempackan bagian punggung dan menghadap ke depan (pemandangan) menimbulkan citraan bahwa kenyamanan dan ketenangan lebih signifikan daripada rasa takut akan ketinggian. Selain itu, rambut ikal yang tergerai menunjukkan citra modern dan muda. Pose objek foto tersebut adalah mengambil sejumput rambutnya yang tergerai. Hal ini dapat menunjukkan bahwa rambut merupakan salah satu bagian yang ingin ditonjolkan olehnya. Selain itu, foto yang ditampilkan diambil secara tidak sengaja ini juga dapat menunjukkan dengan pose tersebut juga dapat memperkuat kesan kenyamanan yang dirasakan objek foto sekalipun dia berada dalam ketinggian.

### 2.5. Analisis Data Foto 1.5



Gambar 5. Data Foto 1.5

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Data foto 1.5 menunjukkan sebuah *group shot*, di mana objek sentral pengambilan gambar untuk sekelompok orang. Data foto 1.5 berisi 4 remaja perempuan dan 2 remaja laki-laki berdiri di atas konstruksi alfabatis Puncak Temboan, salah satu wisata di Sulawesi Utara. Mengenakan pakaian kasual, mereka menunjukkan *pose* yang berbeda satu sama lain. Dilatari pemandangan alam berupa pohon-pohon hijau dan langit yang sedikit mendung. Teks pendukung pada foto 1.5 berupa *caption* yang tertulis sebagai berikut.

*Manado 17 - 21 February 2017*

*Kebahagiaan yg sempurna adalah ketika kita mendapatkan sesuatu  
yg kita inginkan tanpa menyakiti hati dan perasaan orang lain  
[emoticon][emoticon]*

Keterangan singkat yang tertulis bisa jadi berkaitan dengan objek foto. Kebahagiaan yang ditunjukkan ditandai dengan senyum mengembang pada masing-masing remaja tersebut. *Pose* atau sikap juga merupakan bangunan struktural yang penting untuk diperhatikan. Keenam remaja tersebut merentangkan kedua tangannya dengan cara yang berbeda-beda. Hal ini menimbulkan kesan bebas, jiwa muda, dan semangat. Alfabatis warna-warni yang menjadi pijakan pun menunjukkan citraan ceria dan kegembiraan. Seperti yang tertulis pada *caption*, kebahagiaan yang ditunjukkan melalui citraan remaja-remaja tersebut terasa indah tanpa harus melukai hati dan perasaan orang lain. Sudut pengambilan gambar pada data foto 1.5 merupakan *eye level*. Sudut pengambilan gambar ini berorientasi pada kedudukan objek dan kamera yang sejajar, serupa mata memandang, sehingga tercipta kesan menyeluruh dan merata terhadap background sebuah objek. Menonjolkan sisi ekspresif dan kesederhanaan.

Pesan konotatif yang tertangkap pada data foto 1.5 adalah kebahagiaan bias diraih dalam keadaan apapun. Mendungnya awan dan hijaunya pemandangan merupakan dua komponen yang kontras. Akan tetapi, keceriaan tidak surut dalam

sekumpulan anak remaja tersebut. Identik dengan perilaku remaja, mereka tampak kompak berdiri di atas huruf warna-warni tanpa segan. Menandakan jiwa muda yang bebas dan penuh semangat. *Caption* yang dituliskan sebenarnya dapat dimaknai bertentangan dengan jiwa muda mereka. Jiwa muda identik dengan kesan melakukan segala sesuatunya dengan seenaknya sendiri tanpa peduli pandangan orang tentangnya, namun pada *caption* tersebut hal sebaliknya ditulis. Penulis menuliskan bahwa kebahagiaan memang dapat diperoleh ketika melakukan hal-hal yang diinginkan, tetapi perasaan orang atau pandangan orang pun tidak boleh dilupakan. Tulisan ini dapat menunjukkan bahwa di balik jiwa mudanya, ada kuasa yang membelenggunya yaitu norma-norma yang harus dipatuhinya.

Objek dalam foto tersebut melakukan gerakan tangan yang tidak sama satu dengan lainnya, tentu telah terjadi proses negosiasi sebelum pembuatan foto tersebut, namun terdapat menarik dari gerakan-gerakan tangan tersebut. Dari keenam objek foto yang menampilkan gaya yang berbeda-beda, keseluruhannya memiliki gerakan tangan yang mengarah ke atas. Hal ini dapat menunjukkan pesan konotasi bahwa keseluruhan objek foto ingin menonjol dan berharap mendapat perhatian lebih karena pose yang mereka lakukan.

### **3. Bergesernya Mitos Nilai Rekreatif pada Foto Bertagar *Explore-Indonesia***

Menurut Barthes, mitos adalah bagian penting dari ideologi. Mitos masa kini bukan merupakan konsep, mitos tidak berisi ide-ide atau menunjukkan objek, mitos masa kini mengandung pesan-pesan. Dipandang dari segi struktur, mitos adalah bagian dari *parole*, sama seperti teks, mitos harus dilihat secara menyeluruh. Mitos merupakan unsur penting yang dapat mengubah sesuatu yang kultural atau historis menjadi alamiah dan mudah dimengerti. Pemahaman Barthes tidak lepas dari konsep Saussure mengenai konsep penanda (*signifier*) dan petanda (*signified*), bahwa ekspresi dapat berkembang membentuk tanda baru dan membentuk persamaan makna. Adanya ekspresi, relasi, dan isi yang bersifat arbitrer pada setiap individu hingga dapat membentuk makna lapis kedua karena

adanya pergeseran makna dari denotasi ke konotasi. Mitos itu sendiri berkembang menjadi konotasi yang telah berbudaya.

Melalui penjabaran retorika imaji pada data foto bertagar *explore-Indonesia*, diperoleh kecenderungan tentang nilai rekreatif bagi para pengguna media sosial. Perubahan gejala sosial cenderung ditandai dengan berkembangnya teknologi. Rekreasi dapat diartikan sebagai kegiatan penyegaran kembali tubuh dan pikiran. Suatu kegiatan yang menggembirakan hati dan menyegarkan pikiran, seperti hiburan dan kunjungan ke tempat wisata.

Jika ditinjau dari jumlah kiriman public di media sosial, foto bertagar *explore-Indonesia* hampir keseluruhan menunjukkan pemandangan alam. Sangat sulit dijumpai wisata urban yang memang identik dengan bangunan gedung-gedung, Hal ini dapat dikarenakan pengguna *instagram* menganggap pengertian rekreasi hanya terbatas pada kegiatan eksplorasi ke alam bebas. Alam bebas yang ditampilkan pun kerap kali merupakan daerah yang masih belum banyak terekspos. Wilayah pegunungan yang berada diketinggian tertentu dan panorama pantai masih menjadi lokasi favorit para pelancong.

Unggahan foto bertagar *explore-Indonesia* juga disertai dengan keterangan lokasi. Indonesia merupakan negara kepulauan yang luas, banyak potensi alam yang belum terlalu diekspos di berbagai sisi Indonesia. Penyertaan lokasi foto menunjukkan citra sang objek mampu menjelajahi berbagai daerah di Indonesia. Hal ini dilakukan sebagai media publikasi bahwa pengunggah foto telah atau tengah berlibur di daerah tersebut. Pembubuhan ini dapat memicu pengguna *instagram* yang tengah melihatnya untuk juga tergugah untuk pergi ke daerah tersebut atau minimal daerah serupa agar mendapat esensi dan atensi yang sama.

Seperti yang tampak dalam data-data pada penjelasan sub-bab sebelumnya, sebagian besar foto yang diunggah memperoleh komentar yang baik. Respons yang ditunjukkan oleh pengisi kolom komentar menyiratkan konotasi bahwa hal yang sama juga diinginkan komentator jika mengunggah foto senada. Hal ini menunjukkan bahwa komentar atau respons orang lain penting dalam proses menandai rekreasi para pengguna tagar *explore-Indonesia*. Banyaknya komentar yang didapat menandai atensi yang diperoleh. Komentar yang sering

kali muncul adalah nada penasaran dari responden, seperti “itu dimana?”, padahal lokasi telah dicantumkan oleh pengunggah.

Penggunaan tagar *explore* merupakan salah satu cara agar unggahan terekspos sebagai kiriman public, karena dengan mengetik tagar *explore-Indonesia* di kolom pencarian, seluruh pengunggah foto yang menggunakan tagar tersebut dapat dimunculkan. Hal ini menjadikan foto yang diunggah tidak hanya mudah diakses untuk para pengikutnya saja melainkan juga memudahkan akses pengguna media sosial di seluruh dunia. Biasanya tagar ini diakses guna bahan referensi perjalanan pengguna media sosial. Tidak hanya itu, foto bertagar tersebut juga dapat diunggah ulang oleh pemilik akun khusus *traveller* sehingga dapat menambah kebanggan pemilik foto karena semakin mendapat atensi dari pengguna lain. Pada dasarnya foto yang diunggah tentu mengandung subjektivitas dari objek jadi hal yang ingin ditampilkan bukan hanya citraan dari alam yang indah saja melainkan objek manusia yang difoto juga harus menunjukkan citraan yang diinginkan pengunggah.

Kehadiran foto yang menandai rekreasi dapat menjadi hal yang penting. Saat seseorang tengah melakukan rekreasi maka pengambilan foto di tempat tersebut merupakan hal yang tidak dapat dilewatkan begitu saja. Selain sebagai kenang-kenangan, foto juga menjadi sarana sebagai unjuk citra diri seseorang jika foto tersebut diunggah di media sosial. Melalui data dan analisis yang telah ditampilkan pada sub-bab sebelumnya, mitos yang tampak adalah postingan menandai liburan. Seseorang yang selesai atau bahkan sedang berlibur saat ini berusaha segera mengunggah foto yang diperolehnya saat berlibur. Dengan kata lain, pengunggahan foto ditujukan agar semua orang akan bahwa dirinya telah atau tengah berlibur. Foto yang diunggah tidak selalu pemandangan alam saja, melainkan kerap kali menampilkan gambar pengunggah foto sehingga menampilkan citra diri bahwa dirinya berlibur.

Foto yang diunggah juga menunjukkan kesan ‘baru’, jika foto tersebut merupakan foto lama maka biasanya pengunggah foto menyertai dengan tagar *latepost*. Tanpa penyantunan tagar tersebut maka pengunggah foto dianggap *up to date* dan baru saja melakukan kegiatan rekreasi tersebut. Hal yang ingin



didapatkan adalah perhatian orang yang dapat dilihat dari banyaknya jumlah *like* serta respons orang melalui komentar-komentar yang ditujukan kepadanya.

Berdasarkan beberapa analisis di atas, perilaku pengguna sosial dalam berekreasi bergeser dari nilai klasik yang ada. Pengunggahan foto di media sosial menjadi hal yang lebih prioritas daripada menyimpannya sebagai kenangan pribadi. Jika sebelumnya rekreasi merupakan sarana seseorang untuk mengkuilatkan diri sendiri maupun bersama kerabat, maka fenomena yang terjadi saat ini bertitik lokasi yang akan dituju. Semakin ekstrem tempat yang dijangkau, semakin bertambah rasa eksploraritas. Mengunggah foto bertagar *explore-Indonesia* ke kiriman publik media sosial saat ini tidak dipungkiri tidak ubahnya rantai yang saling mengikat. Unggahan menandai liburan seseorang. Nilai rekreatif pun bergeser dari menciptakan momen kebersamaan ke eksistensi semata.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Barthes, Roland. 2004. *Mitolgi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Barthes, Roland. 2010. *Imaji, Musik, Teks*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Barthes, Roland. 2012. *Elemen-elemen Semiologi*. Yogyakarta: IRCiSoD.
- Endzico, Januar Tanasa. 2015. Studi Kualitatif Motif dan Kepuasan Pengguna Foto Selfie dalam Akun Instagram. Skripsi, Universitas Sebelas Maret.
- Rukmiyati, Ni Made dan Ni Made Suastini. 2016. Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Wisatawan. Jurnal. *Conference on Management and Behaviour Studies*, [Oktober]: 339-347.
- Storey, John. 2006. *Cultural Studies dan Kajian Budaya Pop*. Yogyakarta: Jala Sutra

**Seminar Nasional Budaya Urban**  
Kajian Budaya Urban di Indonesia dalam Perspektif Ilmu Sosial dan Humaniora:  
Tantangan dan Perubahan

Strinati, Dominic. 2016. *Popular Culture: Pengantar Menuju Teori Budaya Populer*. Yogyakarta: Narasi.