

S. Arifianto & Christiany Juditha (Ed)

Komunikasi *Di Era* Teknologi Digital

Kajian Ekonomi Digital,
Media dan Budaya Komunikasi



Penerbit:
HIMPENINDO Cabang Kominfo,
bekerjasama dengan
ASPIKOM, dan
Aswaja Pressindo Yogyakarta



Katalog dalam terbitan (KDT)
KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL

Juli 2017

© Arifianto. S. & Christiany Juditha (Ed)

Editorial Board:

S. Arifianto

Christiany Juditha

Diterbitkan Oleh:

Himpunan Peneliti Indonesia (Himpenindo), Cabang Kementerian Komunikasi dan Informatika, bekerjasama dengan Aspikom dan Aswaja Presindo Yogyakarta

Jakarta, Mobil Phone, 0813 3049 5776,
e-mail: arief2008@gmail.com

Jakarta:

Cetakan I, 2017 xii + 298 halaman; 15 x 23 cm

ISBN: 978-602-6733-15-3

Komunikasi: 1- Judul

Desain Sampul dan Tata Letak: Agung Istiadi

Perpustakaan Nasional: Katalog Dalam Terbitan (KDT)

Di Cetak Oleh: CV. ASWAJA PRESINDO Yogyakarta

Penerbit:

Aswaja Pressindo

Anggota IKAPI No. 071/DIY/2011

Jl. Plosokuning V No. 73 Minomartani, Ngaglik, Sleman Yogyakarta

Telp.: (0274) 4462377

e-mail: aswajapressindo@gmail.com & aswajapressindo@yahoo.com

Website: www.aswajapressindo.co.id

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak buku ini sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun juga, baik secara mekanis maupun elektronis, termasuk fotokopi, rekaman dan lain-lain tanpa izin dari penerbit

“EXTREME SELFIE” DALAM RUANG VIRTUAL

Didik Haryadi Sontosoto

Dosen Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Abstrak-

Extreme Selfie merupakan istilah yang melekat pada fenomena berfoto untuk menunjukkan eksistensi diri secara berlebih dengan cara-cara ekstrem atau berbahaya. Praktik ini merebak dan banyak menimbulkan korban, baik korban eksistensi citra maupun korban jiwa. Lalu, bagaimana praktik extreme selfie tersebut dapat terjadi? Guna menjawab pertanyaan tersebut, tulisan ini menggunakan metode etnografi virtual C.Hing. Inti pembahasan terbagi menjadi tiga yaitu; (1) Motif dasar extreme selfie (2) Extreme Selfie dan eksistensi diri dalam ruang virtual (3) Praktik extreme selfie dalam ruang virtual. Praktik extreme selfie merupakan upaya pemenuhan kebutuhan ingin dihargai. Hal ini berkaitan langsung dengan persoalan eksistensi diri setiap pelaku extreme selfie. Praktik extreme selfie tumbuh dan berkembang melalui perilaku imitatif atau meniru-niru didalam ruang virtual. Terakhir, praktik extrem selfie ini merupakan salah satu penciri dari mass culture dengan ragam citra luaran yang instan, pragmatis, artifisial sekaligus dangkal.

Kata Kunci: *Extreme Selfie, Ruang Virtual, New Media*

Pendahuluan

Memasuki era digital, praktik dalam ruang sosial perlahan mengalami perubahan. Perubahan itu termasuk terletak pada cara orang dalam mengekspresikan dirinya. Salah satu medium berekspresi adalah dengan berfoto. Awal mula lahir dan hadirnya

teknologi fotografi belum tampak problem-problem yang muncul. Berfoto menjadi bagian terpenting dalam dokumentasi perjalanan hidup seseorang. Dalam perkembangannya, foto tidak lagi hanya sebatas medium dokumentasi perjalanan hidup, melainkan bergerak menjadi ajang *narsistik* dan ajang untuk membuktikan eksistensi diri kepada khalayak ramai. Tidak ada yang salah dengan pembuktian eksistensi diri melalui fotografi. Namun, ajang eksistensi diri yang terlalu berlebih dan cenderung membahayakan nyawa lah yang menjadi problem lanjutan. Di era digital, problem itu cukup mengkhawatirkan bahkan cenderung membahayakan keselamatan jiwa. Salah satu problem sosial yang cukup naik ke permukaan ialah problem *extreme selfie*. *Extreme selfie* yang dimaksud adalah berfoto *selfie* secara ekstrem ditempat-tempat yang sangat membahayakan nyawa. Di Eropa, fenomena tersebut terus berkembang dan bergerak secara viral di ruang virtual. Foto-foto *extreme selfie* yang diproduksi sebagian besar berada diatas ketinggian gedung bertingkat, jembatan dan tempat-tempat lain yang ekstrem dan membahayakan nyawa. Tidak sedikit korban jiwa yang berjatuh akibat merebaknya fenomena *extreme selfie* ini. Ironisnya, fenomena tersebut terus bergerak dan menyebar bagai efek bola salju, semakin bergerak semakin membesar. Hingga akhirnya, fenomena *extreme selfie* tersebut masuk kedalam gaya hidup sebagian generasi di Indonesia. Fenomena ini menarik untuk dikaji lebih lanjut, mengingat di Indonesia tidak sedikit pula terjadi peristiwa kecelakaan dalam berfoto hingga kehilangan nyawa. Mahasiswa yang jatuh di puncak garuda Gunung Merapi, kecelakaan mobil di jalan raya, serta terpeleset di karang pantai menjadi beberapa contoh imbas dari praktik *extreme selfie*. Selain itu, kasus ini menarik dan penting untuk dikaji lebih jauh mengingat belum ada yang mengkaji dan membahasnya secara khusus. Muncul pertanyaan sederhana bagaimana praktik *extreme selfie* dalam ruang virtual? Tulisan ini difokuskan pada praktik *extreme selfie* pada tahun 2015-2016, saat dimana kasus-kasus foto *selfie* yang berujung maut sedang marak-maraknya. Tulisan ini memiliki tiga tujuan utama, pertama, untuk mengetahui bentuk-bentuk ekspresi dan eksistensi diri dalam ruang virtual. Kedua, untuk mengetahui dan memahami tentang akar persoalan fenomena *extreme selfie*. Terakhir, untuk mengetahui dan memahami lebih dalam tentang fenomena

praktik *extreme selfie* di Indonesia. Melalui tulisan ini penulis berharap dapat bermanfaat dan memiliki kontribusi memperkaya khazanah keilmuan komunikasi tentang praktik foto *selfie* di era digital. Selain itu, diharapkan tulisan ini juga dapat menjadi salah satu refleksi bagi akademisi serta masyarakat sebagai pengguna teknologi digital.

New Media Technology

Teknologi media baru merupakan teknologi yang memungkinkan antar audien pengakses konten dan aktor yang memproduksi konten dapat terhubung secara jaringan. Keterhubungan jaringan ini tidak sebatas lokal atau regional melainkan berdimensi global. New media atau media baru dalam arti teknologi meliputi segala bentuk konten media. Konten tersebut dapat berupa teks, suara, data, gambar, video yang terkombinasi dan terintegrasi serta terdistribusikan secara lintas jaringan (Terry Flew, 2014: xviii) Dengan kelebihanannya, media baru ini dapat menjangkau secara luas. Selain itu, teknologi new media juga memiliki kemampuan memproduksi serta memodifikasi konten-konten. Bagi Vincent Mosco, proses digitalisasi atas bantuan teknologi digital tersebut ia istilahkan sebagai transformasi komunikasi. New media expand opportunities to commodify content because they are fundamentally grounded in the process of digitization, which refers specifically to the transformation of communication, including data, words, images, motion pictures, and sound, into a common language (Vincent Mosco, 1996: 135).

Transformasi komunikasi ini sejalan dengan perkembangan serta tantangan zaman. Perubahan era dari era masyarakat agraris menuju era masyarakat industri dan era masyarakat informasi turut mendukung terjadinya proses transformasi komunikasi tersebut, sebagaimana yang dimaknai oleh Vincent Mosco. Pada era informasi, sumber produksi tidak lagi ditopang oleh kekuatan energi layaknya pada era industri melainkan bertumpu pada kekuatan teknologi komunikasi dan proses informasi. Hal ini sejalan dengan pendapat Manuel Castells. Lebih jauh Manuel Castells mengatakan bahwa:

In the industrial mode of development, the main source of productivity lies in the introduction of new energy source, and in the ability to decentralize the use of energy through the production and

circulation process. In the new, informational mode of development, the source of productivity lies in the technology of knowledge generation, information processing, and symbol communication (Manuel Castells, 1996:17)

Era informasi yang didukung oleh teknologi media baru berdampak pada terjadinya peningkatan kecepatan dan percepatan dalam proses informasi dan komunikasi. Melalui kecepatan dan percepatan teknologi itu ruang dan waktu mengalami pemampatan atau terkompresi. Terminologi ini dikenal dengan time and space distention dalam istilah Antony Giddens atau David Harvey menyebutnya sebagai time and space compression. Pemampatan dan terkompresinya ruang dan waktu ini tentu dijemput oleh teknologi digital yang pada muaranya merubah old media menjadi new media. Mengenai pembagian karakteristik ini, Van Dijk mengategorisasikan era face to face communication, era printing dan era broadcasting sebagai old media. Sedangkan jaringan komputer dan multimedia sebagai bagian dari new media. Terdapat cukup banyak perbedaan karakteristik antara old media dengan new media diantaranya mengenai kecepatan penyampaian, akurasi, interaktivitas, proteksi privasi dan lain sebagainya. Dari dimensi kecepatan penyampaian, jenis komunikasi face to face communication dan printing termasuk dalam kategori rendah, sedangkan jenis broadcasting dan multimedia jaringan memiliki kecepatan penyampaian yang sangat tinggi. Pada dimensi interaktivitas, face to face communication memiliki interaktivitas tinggi, hampir sama dengan yang terjadi pada jenis multimedia dan jaringan yang sisi interaktivitasnya termasuk dalam kategori medium. Namun demikian, salah satu hal yang berbeda diantara era-era tersebut yaitu mengenai proteksi privasi. Proteksi privasi dalam face to face communication serta broadcasting communication termasuk dalam kategori tinggi. Hal ini berbanding terbalik dengan jenis komunikasi multimedia yang memiliki kategori medium dan komunikasi berbasis jaringan komputer dikategorikan rendah pada sisi tingkat proteksi privasinya. Untuk mempermudah pengkategorian tersebut, berikut tabel perbedaan karakteristik old media dan new media perspektif Van Dijk.

Tabel 1. Karakteristik Old Media (Van Dijk, 1999:15)

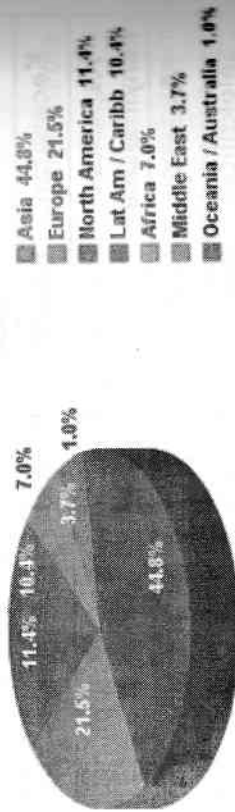
Dimensi	Face to Face	Print	Broadcasting
Kecepatan	Rendah	Rendah	Tinggi
Kapasitas Penyimpanan	Rendah	Medium	Medium
Akurasi	Rendah	Tinggi	Medium
Selektifitas	Rendah	Rendah	Rendah
Interaktivitas	Tinggi	Rendah	Rendah
Proteksi Privasi	Tinggi	Medium	Tinggi

Tabel 2. Karakteristik New Media (Van Dijk, 1999:15)

Dimensi	Jaringan Komputer	Multimedia
Kecepatan	Tinggi	Tinggi
Kapasitas Penyimpanan	Tinggi	Tinggi
Akurasi	Medium	Medium
Selektifitas	Tinggi	Tinggi
Interaktivitas	Medium	Medium
Proteksi Privasi	Rendah	Medium

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh internet world stats, pengguna internet di asia diatas rata-rata masyarakat dunia secara keseluruhan. Menurut survei tersebut, asia menduduki ranking pertama dalam menggunakan internet yaitu mencapai 44,8%, disusul eropa 21,5%, Amerika bagian utara 11,4%, Amerika latin 10,4%, Afrika 7% dan Australia 1% sebagaimana chart berikut ini:

Internet Users in the World Distribution by World Regions - 2012 Q2

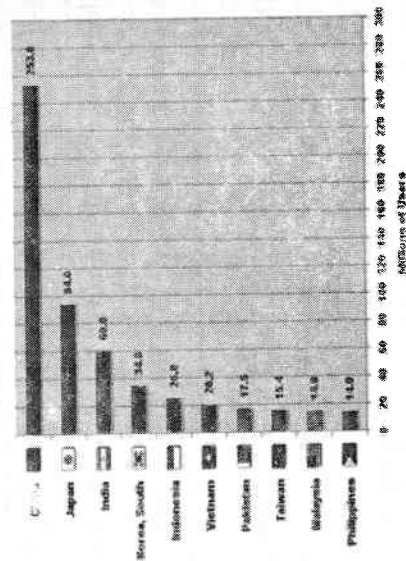


Source: InternetWorldStats - www.internetworldstats.com/stats.htm
Basis: 2,405,518,376 internet users on June 30, 2012
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

Gambar 1. Pengguna Internet di Dunia

Masih dalam lembaga survei yang sama, jika difokuskan 10 (sepuluh) negara pengguna internet terbesar, negara China menduduki ranking pertama disusul Jepang, India, Korea Selatan. Indonesia menduduki ranking ke 5 (lima) sementara negara-negara Malaysia, Taiwan dan Philipina berada dibawah Indonesia. Hal ini tentu berhubungan kait dengan jumlah penduduk Indonesia yang sangat banyak jika dibandingkan dengan 3 (tiga) negara yang telah disebutkan diatas.

Asia Top Ten Internet Countries



Source: InternetWorldStats - www.internetworldstats.com/stats3.htm
Estimated Asia internet users: 578,538,257 for 2012
Copyright © 2012, Miniwatts Marketing Group

Gambar 2. Asia Top Ten Internet Countries

Foto Selfie sebagai Fenomena Eksistensi Diri

Selfie merupakan fenomena berfoto dalam era ultra modern. Selfie berasal dari kata *self* atau diri sendiri. Dengan demikian, definisi selfie tidak jauh dari arti dari peristiwa berfoto diri dengan menggunakan seperangkat teknologi kemudian mengunggahnya ke dalam medium-medium yang dapat menyebar luaskan foto tersebut. Fenomena selfie ini lahir dan hadir bersamaan dasarnya arus teknologi informasi dan komunikasi disertai media internet yang menyertainya. Dulu, jauh sebelum lahir dan hadirnya fenomena selfie, praktik berfoto tidak jauh dari sebuah rutinitas temporal yang berfungsi sebagai dokumentasi kegiatan keluarga untuk disimpan ke dalam album. Adanya teknologi dan semakin kuatnya *cyberculture* mendorong perubahan-perubahan dalam praktik berfoto. Setiap orang memegang kamera di *handphone*, setiap saat dapat mengambil gambar dan setiap waktu dapat *dishare* ke banyak orang (*one to many communication*). Eksistensi diri menjadi salah satu "tanda" bahwa seseorang mengikuti perkembangan zaman. Namun, pengejaran terhadap eksistensi diri ini kian hari kian menjadi jadi dan berlebihan. Foto tidak sekedar dokumentasi semata melainkan berlanjut pada perebutan eksistensi diri serta perhatian massa berbasis virtual.

Jika ditelaah lebih jauh, fenomena extreme selfie tersebut merupakan sekumpulan motif. Motif dasarnya ialah pemenuhan kebutuhan dasar manusia yaitu kebutuhan untuk diakui dan dihargai oleh orang di sekitarnya baik secara pertemanan empirik maupun pertemanan secara virtual. Muaranya adalah aktualisasi dan eksistensi diri secara berlebihan. Eksistensi diri yang berlebih inilah yang kemudian mendorong setiap individu untuk terus memproduksi foto diri dengan cara-cara yang sangat membahayakan. Jika praktik extreme selfie dari sisi pemikiran Abraham Maslow dengan lima tingkatan kebutuhan dasar, maka fenomena extreme selfie tersebut terletak pada tingkatan keempat dan kelima yaitu kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Kebutuhan akan penghargaan diartikan bahwa setiap individu ingin dihargai oleh sesama. Bentuk-bentuk penghargaan tersebut berkembang dan berubah bentuknya sesuai dengan kemajuan zaman. Dalam era *cyberculture*, foto yang awal mula sebatas koleksi di album pribadi perlahan bergeser menjadi foto yang berdimensi naristik dengan

tuntutan penghargaan secara virtual. Extreme selfie menjadi kebutuhan untuk dihargai oleh audien virtual.

Selanjutnya, praktik extreme selfie menjadi kebutuhan aktualisasi diri. Jauh sebelum masuk kedalam era digital, kebutuhan aktualisasi diri ini berada dalam ruang-ruang sosial dan bersifat empirik. Namun memasuki era digital, aktualisasi diri ini bergeser kedalam ruang virtual. Masyarakat virtual berbondong-bondong mengaktualisasikan diri dengan cara yang beragam, mulai dari yang paling sederhana hingga yang paling ekstrem. Bertambahnya sosial media, mendorong lahirnya cara-cara baru dalam mengaktualisasikan diri dengan basis virtual. Semisal, yang paling sederhana ialah dengan berfoto di tempat makan beserta makanannya. Lalu berkembang dengan bentuk yang ekstrem dengan berfoto diatas gedung tinggi, alam terbuka yang ekstrem, diantara jalur kereta api, di jalan raya dan lain sebagainya.

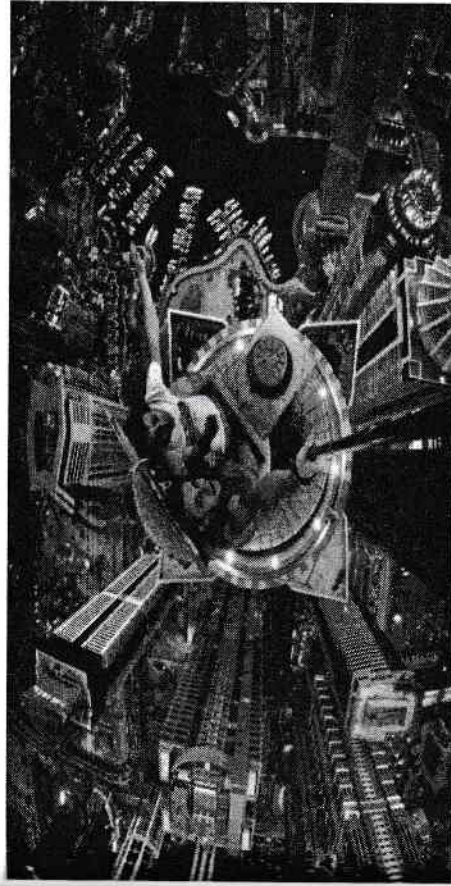
Extreme Selfie dalam Ruang Virtual

Fenomena extreme selfie merupakan pengejawantahan dari konsep diri dan *liyan (the others)*. Dimana konsep "diri" tidak akan ada arti apa-apa jika tidak bersanding dengan orang lain. Ruang virtual mendorong terjadinya pergeseran-pergeseran dalam konsep diri tersebut. Diri individu berupa seiring dengan perubahan dua realitas sekaligus, yaitu realitas empirik bergeser menjadi realitas virtual. Konsep diri yang berdimensi empirik pun berubah menjadi "diri" yang berbasis virtual dengan ragam citra yang dapat dibentuk. Era *cyber culture* memungkinkan setiap individu untuk bersosialisasi dan berekspresi secara berlebih dengan cara-cara ekstrem termasuk *extreme selfie*. Dalam praktik *extreme selfie* pada ruang virtual, tidak sedikit terjadi pro dan kontra. Proses penolakan dan kritikan terhadap fenomena tersebut kerap terjadi, namun praktik *extreme selfie* terus berlangsung bahkan semakin bertambah.

Jika ditelaah secara kronologi sejarah, praktik *extreme selfie* bermula pada tumbuh dan berkembangnya penggunaan *social media*. Setiap individu terhubung secara jaringan dan semua dapat saling berbagi kabar, foto dan berita kapanpun dan dimanapun. Awal mula praktik *selfie* jauh dari kata bahaya dan ekstrem. Ia tidak lebih dari sekedar praktik foto dokumentasi tentang kegiatan sehari-hari semisal

makan, jalan-jalan dan kegiatan harian lainnya. Namun, perlahan-lahan bergeser. Pergeseran tersebut bermula dari titik jenuh para pengguna media sosial yang bosan atau jenuh dengan foto-foto *selfie* yang dihasilkan. Artinya, foto-foto diproduksi secara personal namun datar-datar saja dan tidak ada sesuatu yang "istimewa" atau "menarik".

Berangkat dari titik jenuh inilah kemudian mendorong eksperimen para remaja atau anak muda untuk mencoba praktik *selfie* gaya baru. Pada posisi inilah muncul percobaan berfoto di gedung- gedung tinggi dengan gaya berfoto yang sangat membahayakan nyawa. Praktik *extreme selfie* di gedung-gedung bertingkat ini lebih banyak terjadi di Luar Negeri seperti Eropa, Dubai dan lain sebagainya. Kondisi lingkungan yang dikelilingi oleh gedung-gedung bertingkat mendorong produksi konten foto *extreme selfie*. Beberapa data-data dan hasil observasi online dengan pendekatan etnografi virtual, didapati beberapa data *extreme selfie* di gedung-gedung bertingkat, berikut ini beberapa contoh praktik *extreme selfie* tersebut.



Gambar 3. Foto hasil *editing* bertema *extreme selfie* di Luar Negeri Dubai Skyscraper (www.popfotos.com, diakses pada tanggal 26 Desember 2016)



Gambar 4. Foto hasil *editing* bertema *extreme selfie* di Luar Negeri (www.youtube.com. Diakses pada tanggal 26 Desember 2016)

Dalam penelusuran yang penulis lakukan menggunakan metode etnografi virtual, sebagian besar foto-foto *extreme selfie* yang diproduksi merupakan hasil edit. Ditemukan 28 foto *extreme selfie* dengan pose diatas gedung tinggi namun merupakan terlihat jelas jumpang antara foto latar dengan model. Setidaknya terdapat “patahan” foto dan diatas ketinggian gedung, rambut sang model tidak berurai sedikitpun. Sangat tidak masuk akal bahwa diatas ketinggian tanpa angin sedikitpun. Upaya “editing” pada foto tersebut mengejwantiakan bahwa eksistensi diri merupakan salah satu kebutuhan yang teramat mendesak di era digital seperti sekarang ini. Praktik “editing” *extreme selfie* di luar negeri yang cenderung lebih banyak di gedung-gedung tinggi sejalan dengan kemudahan akses bagi masyarakat di luar negeri. Gedung menjulang tinggi cenderung lebih mudah ditemui jika dibandingkan menemukan lingkungan alam terbuka, meskipun tidak berarti di luar negeri minim terhadap lingkungan alam terbuka. Lingkungan alam terbuka hanya menjadi pilihan alternatif dibanding berfoto di gedung dengan akses yang tidak begitu sulit bagi masyarakat di sana.

Hal ini berbanding terbalik dengan praktik *extreme selfie* di Indonesia. Di Indonesia, praktik *extreme selfie* justru cenderung lebih banyak di lingkungan alam terbuka. Berfoto diatas ketinggian gedung

jauh lebih sedikit jika dibandingkan dengan berfoto di alam terbuka. Hal ini bukan berarti di Indonesia tidak ada gedung bertingkat melainkan lebih kepada soal kemudahan akses. Alam nusantara dengan ragam kekayaannya lebih mudah diakses para audien jika dibanding di gedung bertingkat yang hanya berada di kota-kota besar di Indonesia seperti Jakarta, Surabaya, Medan, Makassar dan lain sebagainya. Namun demikian, tidak lantas gedung-gedung tinggi di Indonesia lepas dari praktik *extreme selfie*, yang akan dibahas pada subbab selanjutnya. Melimpahnya pilihan utama berfoto di alam terbuka dengan segala keindahannya menjadi pilihan utama berfoto. Keinginan mendapatkan gambar *selfie* yang bagus dipadu dengan hasrat keinginan memperkuat eksistensi diri melahirkan praktik-praktik berfoto yang sangat membahayakan nyawa atau yang diistilahkan dalam penulisan ini sebagai praktik *extreme selfie*. Tidak sedikit praktik *extreme selfie* tersebut berujung pada maut. Mari kita bedah beberapa kasus *extreme selfie* yang terjadi di Indonesia kurun waktu 2015-2016.

Extreme Selfie di Negara Timur dan Barat

Di Indonesia, praktik *extreme selfie* dalam bentuk yang beragam. Meskipun diawal telah dipaparkan bahwa kecenderungan *extreme selfie* di Indonesia berlokasi di lingkungan alam, namun ini tidak berarti bahwa praktik tersebut murni di alam melainkan terjadi juga di beberapa gedung tinggi. Berdasarkan observasi online sebagaimana metode etnografi virtual, beberapa data foto *extreme selfie* tidak hanya di gedung tinggi melainkan juga terjadi di tower dengan ketinggian yang sangat membahayakan. Mengenai aktor dan umur pegiat *extreme selfie* cukup bervariasi. Tidak hanya para remaja saja melainkan juga melanda para pria dewasa. Lebih dari itu, aktor atau pegiat *extreme selfie* tidak hanya laki-laki namun juga wanita dengan ragam cara serta ragam “kreativitas” yang sangat membahayakan diri dan orang lain. Berikut ini salah satu aktivitas *extreme selfie* wanita di antara gedung-gedung tinggi.



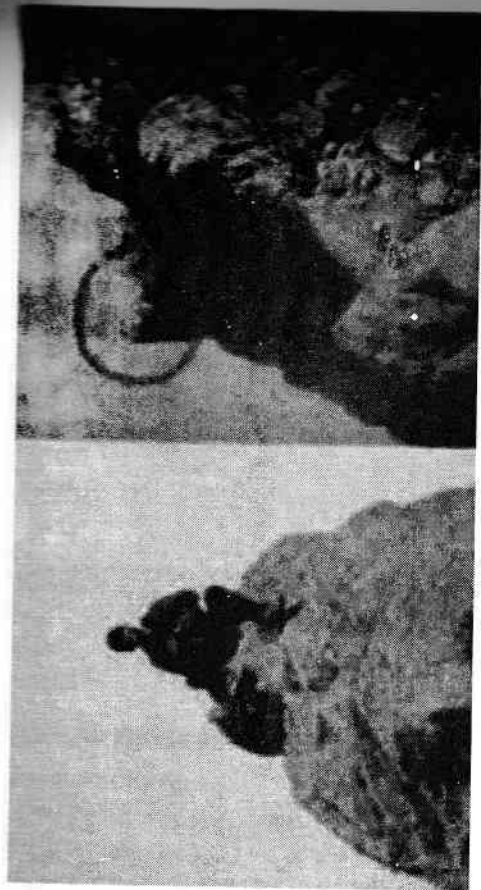
Gambar 5. Seorang Wanita berfoto *Extreme Selfie* di atas Gedung Bertingkat (www.pekanbarutribunnews.com. Diakses pada tanggal 20 November 2016)

Mengenai aktor *extreme selfie* ini tidak hanya wanita melainkan juga para pria. Rata-rata usia pegiat *extreme selfie* adalah usia remaja. Usia remaja merupakan usia yang cenderung labil dalam menghadapi ragam perubahan serta tuntutan zaman. Belum ada data yang pasti mengenai berapa perbandingan wanita dan pria pada fenomena *extreme selfie*. Dari data yang ditelusuri melalui ruang virtual, pegiat atau aktor pria dan wanita cukup mewarnai fenomena *extreme selfie* ini baik di dalam maupun di luar negeri. Berikut ini aksi *extreme selfie* oleh remaja pria.



Gambar 6. Aksi Foto *Extreme Selfie* di atas Tower (www.wowkeren.com. Diakses pada tanggal 7 Oktober 2016)

Jika *extreme selfie* di negara barat merupakan hasil editing, lain halnya di Indonesia. Praktik *extreme selfie* di Indonesia lebih banyak yang asli tanpa editing. Di Yogyakarta, praktik *extreme selfie* yang berujung pada maut juga terjadi, tepatnya di puncak Garuda gunung Merapi. Korban atas nama Eri, merupakan mahasiswa aktif di salah satu perguruan tinggi di Yogyakarta. Kejadian jatuhnya Eri ke dasar kawah gunung Merapi disebabkan longsornya puncak yang ia naiki. Berdasarkan data observasi online dengan ragam sumber, menyebutkan bahwa sebelum terjatuh, Eri sempat selfie. Dari sini dapat ditarik benang merah bahwa salah satu motif kuat Eri untuk duduk diatas puncak Garuda adalah eksistensi diri melalui pengambilan gambar selfie.



Gambar 7. *Extreme Selfie* di Puncak Garuda Gunung Merapi (www.merdeka.com. Diakses pada tanggal 23 November 2016)

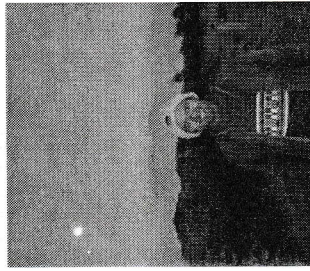
Meninggalnya Getril Oktiril (24) pada 17 Juli 2016 saat *selfie* di pantai Gunung Kidul turut menambah daftar rangkaian *selfie* kawula muda yang sangat membahayakan nyawa. Demikian pula halnya dengan *extreme selfie* berujung maut di bendungan Gorontalo. Belum lagi meninggalnya Marsha dan Rizky saat *selfie* di bendungan Irian Cijambu, Sukabumi, Jawa Barat dan masih banyak kasus *extreme selfie* lainnya yang tidak dapat dipaparkan satu per satu dalam penulisan ini. Praktik *extreme selfie* diatas juga biasa dikenal oleh masyarakat dengan istilah “*selfie maut*”. *Selfie maut* pada hakikatnya didasari oleh perilaku imitatif atau perilaku meniru-niru yang menjadi salah satu penciri dari generasi era ini. Melalui perilaku imitatif itulah kemudian praktik *selfie maut* atau *extreme selfie* menyebar menjadi viral lintas batas ruang dan waktu. Fenomena *extreme selfie* menyebar dengan bantuan new media yang didalamnya terdapat social media. Dulu, jauh sebelum merebaknya penggunaan social media, perilaku berfoto masih dalam kategori wajar. Artinya, orang berbondong-bondong berfoto kemudian dicetak untuk dimasukkan album fisik milik keluarga. Pemilik kamera digital pun sangat terbatas. Namun, sekarang, dengan adanya teknologi *new media*, setiap orang memiliki kamera di saku celana dan setiap saat dapat melakukan *share* konten foto tidak dalam skala kecil atau sempit melainkan skala luas, lintas geografis. Temuan-temuan data di ruang virtual menunjukkan kesamaan ciri dari budaya

massa. Budaya massa dilekatkan pada sebuah produk “budaya” yang instan dan pragmatis. Setiap individu dapat mengkonsumsi produk budaya tersebut tanpa analisis dan olah pikir yang panjang. Ia cepat tumbuh dan berkembang, namun juga cepat layu lalu kemudian menghilang. Fenomena *extreme selfie* masuk dalam kategori produk “budaya” kekinian yang instan dan pragmatis. Konten foto diproduksi secara tidak lazim dan masuk kategori berbahaya dan disebar luaskan dengan medium-medium teknologi *new media*. Konten foto terus diproduksi, dikonsumsi dan didistribusi dengan semangat eksistensi diri yang berlebihan dan terjebak pada permainan citra luaran yang dangkal dan artifisial.

Penutup

Tidak mudah membaca fenomena *extreme selfie* dalamacamata kajian komunikasi, cyberspace & culture. Namun setidaknya melalui tulisan ini dapat ditarik benang merah, diantaranya yaitu: Pertama, praktik *extreme selfie* lahir dan hadir melalui ruang eksistensi diri sebagai kebutuhan yang paling mendasar bagi generasi era digital. Pemenuhan kebutuhan dasar tersebut meliputi kebutuhan untuk diakui dan dihargai oleh orang di sekitarnya baik secara pertemanan empirik maupun pertemanan secara virtual. Didalamnya terkandung aktualisasi dan eksistensi diri secara berlebihan. Eksistensi diri yang berlebih inilah yang kemudian mendorong setiap individu untuk terus memproduksi foto diri dengan cara-cara yang sangat membahayakan. Kedua, *extreme selfie* tumbuh dan berkembang dalam dua realitas sekaligus, yaitu realitas empirik bergeser menjadi realitas virtual. Konsep diri yang berdimensi empirik pun berubah menjadi “diri” yang berbasis virtual dengan ragam citra yang dapat dibentuk. Masyarakat cyber memberikan peluang setiap individu untuk bersosialisasi, berekspresi dan meniru-niru apa yang telah disebar dalam ruang virtual secara berlebih dengan cara-cara ekstrem. Perilaku meniru-niru inilah yang kemudian menularkan cara-cara berfoto yang ekstrem atau diistilahkan dalam penulisan ini sebagai praktik *extreme selfie*. Ketiga, praktik *extreme selfie* atau yang biasa dikenal oleh masyarakat dengan istilah “*selfie maut*” merupakan terjemahan dan contoh dari mass culture atau budaya massa. Budaya massa ini tumbuh dan berkembang pesat, serta menular secara instan dan pragmatis. Identitas individu

TENTANG PENULIS



Didik Haryadi Santoso. Lahir di Kalimantan Barat 6 Juni 1988. Putra ke-3 dari pasangan Drs.Djawadi (Alm) dan Achadiyah,B.A ini menempuh S1 di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan melanjutkan studi pascasarjannya di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gadjah Mada dengan konsentrasi Ilmu Komunikasi dan Media. Saat ini ia aktif sebagai staf pengajar dan Wakil Dekan di Fakultas Ilmu

Komunikasi & Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Selain aktif juga dalam gerakan literasi media & *new media* serta melakukan riset-riset yang berkaitan dengan ilmu sosial, komunikasi politik, *new media* & *cyberculture*. Kontak email: didikharyadi.s@gmail.com.



Christiany Juditha. Peneliti Madya di Pusat Penelitian dan Pengembangan Aplikasi Informatika dan Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika. Menempuh Pendidikan S1 di Fisip Universitas Hasanuddin, jurusan Ilmu Komunikasi dan S2 di Fisip Universitas Gadjah Mada, Jurusan Ilmu Komunikasi dan Media. Beberapa karya tulis ilmiah adalah "Objektivitas Berita dan Etika Jurnalistik di Media Online:

Kasus Rekrutmen Karyawan BUMN, di Jurnal Pekommas, Vol. 1. No.1. April 2016 terakreditasi LIPI dan "Strategi Programming RRI Jayapura & Merauke Dalam Penguatan NKRI Di Wilayah Perbatasan" dimuat di Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 20. No. 1 Juni 2016 terakreditasi LIPI. Email: chri005@kominfo.go.id.