

KONSTRUKSI MAKNA NARSISTIK DALAM MEDIA SOSIAL (Analisis Fenomenologi dan Deskripsi dalam Ruang Virtual Pengguna Path)

ATWAR BAJARI

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, Bandung
Jalan Bandung-Sumedang Km. 21 Jatinangor, Kabupaten Sumedang
atwar.bajari@unpad.ac.id, atwarbajari@gmail.com

ABSTRAK

Media sosial memiliki kemampuan mengekspresikan kebutuhan pengguna. Bagi orang-orang yang memiliki keinginan untuk menampilkan diri sebagai orang penting dan bernilai, media sosial menjadi alat yang mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi narsistik mereka. Melalui penulisan status, penayangan foto, dan makan di tempat favorit, mereka ingin menunjukkan diri kepada publik.

Di antara media sosial, Path memberikan menu narsistik yang lebih lengkap dengan privasi yang ketat. Path hanya menyediakan 500 anggota pertemanan. Pengguna bisa menampilkan eksplorasi gaya narsistik, namun juga memiliki filter privasi yang ketat. Jika tidak berteman, orang lain tidak bisa melihat status pengguna.

Dalam teori Psikodinamika dari Sigmund Freud, narsistik membutuhkan alat perpanjangan untuk mengekspresikan sikap kepada orang yang lain yang dianggap harus mengetahui (significant person). Kemudian, Menurut McQuail, media memiliki kemampuan menyalurkan motif dan kebutuhan pengguna secara lebih luas.

Penelitian deskriptif dan fenomenologi pada ruang virtual, bertujuan untuk menjelaskan penggunaan Path dan jenis-jenis eksplorasi narsistik melalui media sosial tersebut. Kemudian menjelaskan bentuk-bentuk narsistik yang disajikan melalui Path. Data dikumpulkan melalui analisis ruang virtual para pengguna Path serta wawancara terbatas dengan pengguna Path.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Path telah menjadi ruang bercerita mengenai diri sendiri secara mendalam dengan volume pembuatan status yang tinggi setiap hari. Path menjadi alat eksplorasi narsistik pengguna karena dianggap mampu menjaga privasi mereka. Hal ini dilakukan dengan mengatur melalui filter pertemanan pengguna. Kemudian Path dipersepsi sebagai media sosial yang memberikan rasa nyaman bagi pengguna dibanding media lainnya.

Kata Kunci: *Narsistik, Fenomenologi Virtual, Path, Sigmund Freud, Psikodinamika, Media Sosial*

PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial menunjukkan angka peningkatan yang fantastis. Jauh meninggalkan penggunaan media konvensional yang lebih masif dan terbatas. Bahkan ada kecenderungan mempengaruhi penggunaan media konvensional, setelah media sosial hadir dalam kehidupan komunikasi sosial. Hal ini dipengaruhi oleh kemampuan media tersebut dalam menyediakan berbagai fungsi, menu, volume dan kemampuan interaktivitas yang melebihi kemampuan media massa, media on-line dan komunikasi data lainnya yang hadir sebelum media sosial digunakan.

Penelitian di Inggris (Bajari, 2016) menunjukkan bahwa, masyarakat di United Kingdom banyak menggunakan media sosial seperti *MySpace*, *Facebook*, dan *Bebo5*. Media sosial tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi tentang aktivitas, minat, dan hobi. Secara lebih rinci, kebiasaan menggunakan media sosial di Inggris dikelompokkan ke dalam: *Viewing content and/or finding information*, dalam hal ini pengguna selalu mengetahui apa yang sedang dilakukan oleh orang lain. Bahan bisa mengetahui isi tentang apa yang sedang dipikirkan orang lain melalui pembacaan status *up-date* terbaru. Kemudian, *Creating and customizing profiles* dengan cara selalu senang menampilkan kesan terbaru tentang mereka dengan merubah profil foto. Mereka dapat menciptakan kesan tentang siapa pengguna dengan profil, musik yang disukai, buku dan film yang sedang ditonton.

Ketiga, *authoring and uploading your own content*. Konten ini mungkin dalam bentuk pesan, foto, video atau musik. Keempat, *posting messages—public and private*, seorang *facebooker* atau pengguna lainnya senang sekali menyampaikan pesan tentang apa yang mereka pikirkan dan diketahui publik melalui status atau pesan singkat kepada beberapa teman atau personal secara instan. Kelima, berkolaborasi dengan orang lain. Menjadi bagian dalam kelompok adalah hal unik dan menyenangkan. Demikian halnya dalam media sosial, pengguna ingin orang lain atau teman di media virtualnya mengetahui bahwa dia orang penting dan berkelas. Caranya adalah bergabung dengan kelompok virtual berdasarkan minat, ketertarikan, atau kepentingan lainnya. Mereka menggunakan alat layanan untuk membuat grup. Pengguna secara kolektif membuat profil, mengadakan diskusi, dan menyimpan, berbagi dan mengomentari objek yang sama tentang sebuah topik.

Namun demikian, bagi para pengguna, terdapat orang-orang yang tidak sepenuhnya ingin diketahui orang lain mengenai status dan kegiatan mereka yang disampaikan melalui media sosial. Mereka hanya mengharapkan orang-orang tertentu saja secara terbatas. Facebook bagi mereka terlalu masif dan terbuka, dimana orang lain yang bukan teman sekalipun dapat melihat status mereka jika tidak dilakukan privatisasi atau filtering. Orang dengan perilaku media sosial demikian akan beralih ke Path sebagai solusinya, Path hanya menyediakan pertemanan yang betul-betul eksklusif dan terbatas. Sampai saat ini Path hanya menyediakan 500 slot pertemanan. Di samping itu filter dalam Path lebih ketat, seseorang tidak dapat melihat apapun dalam *timeline* pengguna lainnya.

Bagi pengguna, hal ini akan berpikir bahwa Path adalah media yang tepat untuk mengeksplorasi ke-narcisannya tanpa mendapatkan celaan dari orang-orang yang tidak mereka kenal. Pengguna merasa nyaman dengan apa yang mereka tuliskan dan tampilkan, tanpa harus merasa takut akan dikomentari ataupun “dihujat” oleh orang-orang yang tidak mereka kenal.

Di dalam Path, status *up-date*, lokasi, foto dan video sekalipun dapat diunggah dalam *time-line* pengguna. Bahkan mereka bisa menuliskan status atau *self motivation* personal melalui menu *pathdaily*, yang terkadang sangat unik, berlebihan, sangat menggugah, dan bahkan tidak penting buat orang lain. Dalam hal inilah karakter narsistik seseorang sangat terlihat dan terukur untuk menjadi terkesan penting dari menurut orang lain.

Narsistik adalah sebuah bentuk perilaku untuk kelihatan sangat penting, berharga, memiliki reputasi, walaupun belum tentu tidak demikian. Reputasi artifisial dibuat sedemikian rupa (*impression management*). Panek, Nardis dan Konrath dan Wickel yang dituliskan oleh Laura E. Buffardi and W. Keith Campbell, (2008). menjelaskan bahwa,

Narcissism is characteristically illustrated as an affinity to believe one's self to be superior over others, to incessantly pursue adoration from others, and to participate in egotistical thinking and behavior." Kemudian, Narcissism refers to a personality trait reflecting a grandiose and inflated self-concept. Specifically, narcissism is associated with positive and inflated self-views of agentic traits like intelligence, power, and physical attractiveness.

Narsistik membutuhkan media untuk perpanjangan efek dan apresiasi dari pihak lain. Narsistik harus nampak ke permukaan dalam perilaku sosial. *Selfie* foto diri atau benda yang dimiliki dan *event* yang sedang diikuti memerlukan atraksi untuk diketahui. Dalam hal ini media sosial digabungkan dengan *instant editing* foto atau gambar menjadi realitas baru yang membentuk atraksi. *"This can be done in an attempt to gain popularity and attention from the people that we interact with online. Buffardi (2008) looked at the different associations that narcissistic personality disorder (NPD) has with social media. (Buffardi, 2008)*

Popularitas adalah sesuatu yang menjadi tujuan pengguna. Apakah Path sebagai media sosial bisa atau mampu mengekspresikan jiwa narsistik seseorang? Melalui apa hal itu bisa dilakukan? Tiffany A. Somerville (2016) menyebutkan bahwa, *".....that increased social media use (i.e. time spent on social media and number of social media sites/applications used) would be associated with higher HSNS scores"*. HSNS adalah pengukuran terhadap tingkat narsistik seseorang, yang merupakan kepanjangan dari *Hypersensitive Narcissism Scale (HSNS)*.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mengajukan pertanyaan penelitian sebagai berikut: "Bagaimanakah pengguna Media Sosial Path mengeksplorasi sisi narsistiknya dalam media Sosial Path?" Selanjutnya juga, "Bagaimana pengguna memaknai pengalaman narsistik yang disajikan melalui Path?"

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode Fenomenologi terhadap konten pengalaman virtual dari para pengguna Media Sosial Path. Fenomenologi adalah sebuah telaahan terhadap pengalaman dalam atau sisi subjektif dari pelaku dalam melihat diri dan perilakunya. Data dikumpulkan melalui observasi terhadap beberapa akun pengguna Path secara periodikal. Aspek yang dijadikan analisis data adalah gambar, kalimat status, dan tanda-tanda lainnya yang terintegrasi dalam status atau timeline seseorang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1. Media Sosial Memasuki Era Web 3.0

Perkembangan web memasuki generasi ketiga atau disebut Web 3.0 setelah sebelumnya dikembangkan Web 1.0 dan Web 2.0. Tim Berners-Lee, penemu World Wide Web, menyebutkan bahwa Web 3.0 memiliki kemampuan membaca seperti cara berpikir manusia. Web 3.0 bisa melakukan pembacaan lembar demi lembar *query* tanpa harus berpindah atau menutup halaman sebelumnya. Oleh karena itu, Web 3.0 mewakili terminologi sebagai kecerdasan artifisial yang sangat memadai.

Berbeda dari generasi web sebelumnya, Web 3.0 disebut sebagai web semantik. Alasannya adalah isi web dapat dibaca dalam bentuk format yang bisa diakses oleh agen-agen *software*, tidak hanya dalam bahasa asli pengguna. Web memiliki interaksi humanistik lebih baik, karena manusia dapat berkomunikasi dengan mesin pencari. Kita bisa meminta Web untuk mencari suatu data spesifik tanpa bersusah payah mencari satu per satu dalam *situs-situs* Web. Jika diformulasikan, web 3.0 bisa dijabarkan dalam perumusan berikut: $WEB\ 3.0 = 4C + P + VS$ $4C = content, commerce, community, context$ $P = personality$ $VS = virtual\ search$ ¹

Maka, web 3.0 sebagai asisten personal, penggunaanya akan dibantu untuk mengetahui segala sesuatu tentang kebutuhan mereka dan sekaligus mengakses internet untuk mencari jawaban dari kebutuhannya itu.² Terdapat komunikasi interaktivitas dari web yang melayani semua kebutuhan.

Melalui web 3.0, dengan evolusi dari web sebelumnya, pengguna dapat mencari semuanya melalui google, baik itu film atau review restoran atau hal-hal lain yang anda inginkan. Pengguna meninggalkan rumah dengan memiliki sedikit pengetahuan tentang tempat yang akan kunjungi. Seringkali, sebelumnya kita mendapatkan sebuah restoran yang dikunjungi ternyata makanannya tidak enak, atau hotel setelah didatangi ternyata lingkungannya tidak nyaman. Atau mungkin juga kita harus mencari di laman yang lain dengan terlebih dahulu menutup laman sebelumnya. Banyak ahli Internet percaya bahwa ini akan segera diatasi, dengan Web 3.0

Beberapa pengamat dan penulis web menyebutkan bahwa, dalam era web 3.0, pengembangan aspek sosial sebuah web mulai dipertimbangkan. Aspek sosial yang dimaksud, terutama adalah aspek interaksi. Bagaimana sebuah web dapat memberikan sebuah interaksi sesuai dengan kebutuhan informasi setiap pemakaiannya, merupakan sebuah tantangan utama dikembangkannya versi Web 3.0 ini.³

Perkembangan itu tentu akan membawa pada perubahan layanan fitur dalam media sosial. Basis kebutuhan dasar tetap dipenuhi seperti layanan *up-date* terbaru dalam *time-line* pengguna, kemudian pada saat yang bersamaan pengguna media sosial akan membangun *link* dengan mesin pencari yang berkaitan dengan lagu yang sedang hits, film yang sedang digemari, buku yang ramai dibaca, dan lain-lain yang kemudian bisa dilayani oleh mesin pencari.

1.2. Fitur Path sebagai Saluran Narsistik

Path memiliki kelebihan dibandingkan media sosial lainnya dalam menyediakan kebutuhan dan gaya narsistik pengguna. Aspek yang sangat menjamin mereka untuk berperilaku narsistik secara terbuka dan bebas adalah filtering pada pengguna melalui kuota pertemanan yang disediakan. Para pengguna dapat memilih orang-orang yang akan dijadikan teman, sehingga mereka akan betul-betul memilih teman yang dekat dan akrab. Sehingga di antara mereka, telah saling memahami dan mengetahui satu sama lain. Dalam arti bahwa, selain di dunia virtual, dalam dunia sosial atau dunia keseharian sekalipun mereka sudah saling menganal satu sama lain.

¹ <http://wikipedia.com>

² *ibid*

³ <http://fryunfirst.blogspot.co.id/2013/05/pengertian-web-10-20-30.html>



Gambar 1
Path itu Isisnya Orang Pamer. Setuju Nggak?⁴

Hal ini tentu akan menjamin bahwa, apapun yang dilakukan, sejauh teman dalam media tersebut saling mengenal, mereka berhitung dengan resiko kecil dalam memposting aktivitas mereka. Selanjutnya, Path juga tidak menyediakan atau mengizinkan seorang pengguna untuk melihat atau memperhatikan orang yang tidak berstatus teman. Hal ini berbeda dengan FB yang lebih mudah untuk diakses, sehingga secara mudah seseorang bisa meminta pertemanan jika sudah bisa mengetahui orang yang dilihatnya. Path harus melakukan pencarian dan mengajukan pertemanan berbasis e-mail atau kontak seluler.



Gambar 2
Pamer adalah Tuntutan Hidup⁵

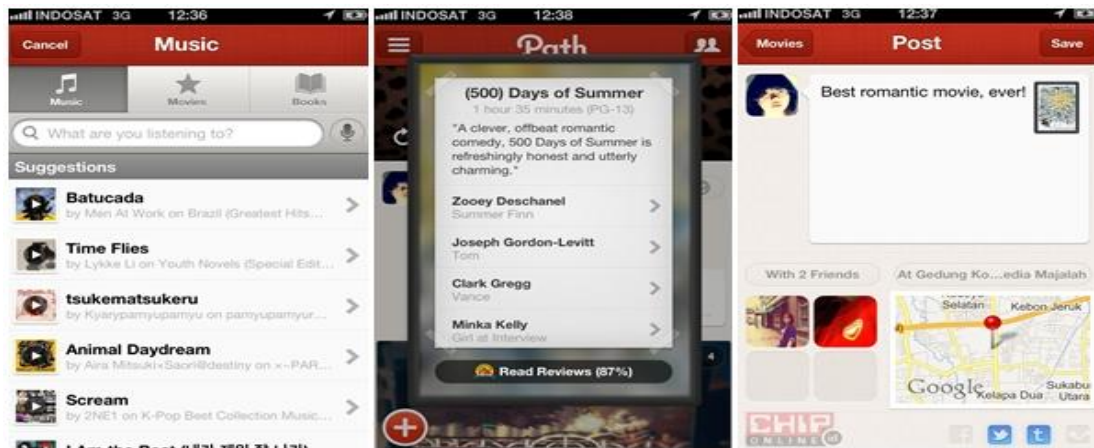
Filtering semacam ini, secara psikologis menyebabkan pengguna merasa aman, tidak terganggu, dan lugas berekspresi. Melakukan tindakan narsistik juga membutuhkan pertimbangan rasional, jika berhadapan dengan resiko lebih besar. Secara psikologi kognitif, dalam satu sisi narsistik membutuhkan perhatian melalui *self impression management*, tetapi rasio tetap jalan dengan penggunaan fasilitas tadi. Oleh karena itu, menurut penelaah, ada tren pengguna Path lebih pamer dibanding media sosial lainnya.

Karena banyak fitur mulai dari update status, foto, lokasi, musik, film, buku dan lain-lain, bikin warga path jadi cenderung 'pamer'. Kecuali buat fitur musik, film, dan buku ini yang paling lumayan karena ga terlalu ganggu. Lain lagi soal update status, lokasi dan foto selfie. Tiap ke suatu tempat restoran misalnya walaupun belum duduk belum pesan makanan yang dilakukan pertama adalah check in lokasi di path.⁶

⁴ <http://www.nyunyu.com/medias/2015/05/diskusi-path-itu-isinya-orang-pamer-setuju-nggak-600.jpg>

⁵ <https://pbs.twimg.com/media/CcsETP5UMAA93dF.jpg>

⁶ www.makemac.com/path-release-kong



Gambar 3
Layana Path⁷

Fitur yang disediakan Path, memang sarat dengan *up-date*. Dengan pengaturan pada menu yang sudah disediakan oleh Path, pengguna bisa menunjukkan status dengan statemen tentang apapun yang sedang mereka pikirkan, foto, musik yang sedang mereka dengarkan, film, buku, lagu dan musik, film yang sedang ditonton, radio yang sedang di dengarkan. Bahkan mereka bisa membuat status dengan Pathdaily. Fitur yang sangat mengasyikan telah mendorong pengguna membangun citra atau impression melalui pesan verbal yang terkadang berlebihan. Terkesan seolah penting, dengan menggunakan kata-kata yang hiperbolis untuk mengungkap hal yang biasa.



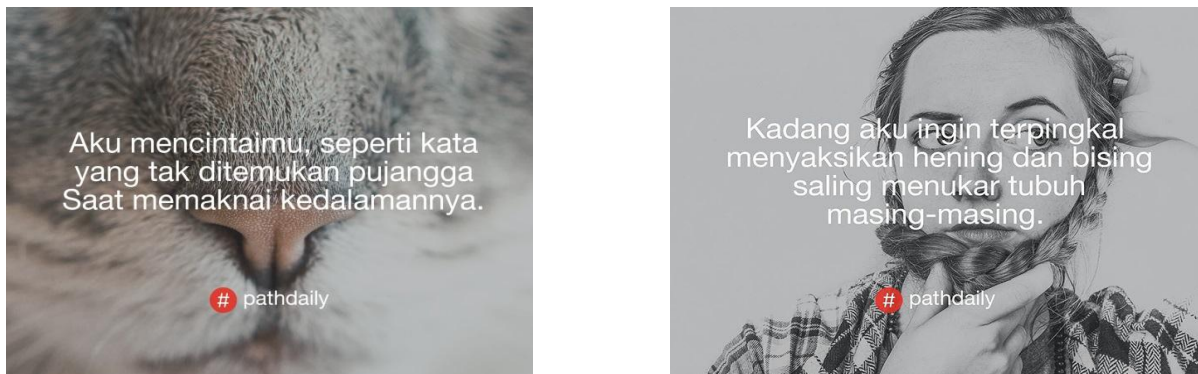
Gambar 4
Selasa (Semakin Lama Semakin Sayang) #pathdaily⁸

Dengan tagar Path Daily, pengguna bisa mengunggah kata-kata biasa pada kolom *share moment*. Selanjutnya pengguna menambahkan tagar #pathdaily pada bagian akhir dari kalimat. Hasilnya, begitu pengguna klik *save* kata-kata yang diunggah, secara otomatis berubah menyerupai sebuah meme. Namun demikian, uniknya Pathdaily, pengguna tidak bisa memilih gambar apa yang akan ditayangkan sekehendak mereka bersamaan dengan kata-kata yang diunggah tersebut. Jadi kadang-kadang antara kata-kata atau pesan

⁷ www.Indonesia.com/fitur+path+terbaru

⁸ <http://opini.id/opini/82240/-sampai-kapan-indonesia-jadi-bangsa-yang-mem-viralkan-produksi-negeri-asing>

verbal yang dituliskan dengan gambar yang digunakan terbentuk secara *random*, layaknya sebuah kejutan yang diakukan oleh Path.⁹



Gambar 5
Kreativitas dengan pathdaily #pathdaily¹⁰

Fitur lain, yang menyediakan saluran narsistik yang sederhana serta dapat dilakukan secara otomatis melalui pengaturan pada *Setting*, adalah berita lokasi. Path secara otomatis bisa melaporkan pengguna datang dan sedang berada dimana. Fasilitas ini ternyata sangat memanjakan pengguna. Seperti pernah dikupas oleh Tabloid Nova On-line bahwa;

Yang juga populer (di Indonesia) adalah layanan berbasis lokasi. Saya tak tahu mengapa, mungkin karena Indonesia adalah negara yang geografinya beragam. Kami lihat banyak sekali pengguna yang melakukan *check-in*.¹¹

1.3. Bentuk-bentuk Pengalaman Narsistik

Media sosial sudah menjadi tumpahan gaya narsistik pengguna. Hal ini tidak bisa dibantah lagi jika menggunakan beberapa hasil penelitian empirik yang sudah ada. Sebuah penelitian *Narcissism and Social Networking Web Sites* yang dikembangkan oleh Laura E. Buffardi W dan Keith Campbell (2016), menunjukkan bahwa orang senantiasa menunjukkan sikap-sikap narsistik melalui penggunaan pernyataan atau foto promosi tentang diri sendiri (*self-promoting*), foto-foto atraktif, foto provokatif dan foto-foto lucu. Disamping itu, mereka juga menggunakan narsistik *impression* sebagai bagian dari gaya narsistik mereka.

⁹ <http://tekno.liputan6.com/read/2534422/menjajal-update-kekinian-path-daily>

¹⁰ <http://www.hipwee.com/hiburan/kumpulan-pathdaily-ini-bikin-senyum-sendiri-dari-yang-ingat-mantan-sampai-jualan-nasi-padang-ada-aja-di-sini/>

¹¹ <http://tabloidnova.com/Gadget/Kebiasaan-Orang-Indonesia-Di-Path>

TABLE 1: Facebook Correlates With Owners' Narcissism Scores and Raters' Narcissistic Impression Ratings

	Owners' Narcissism	Raters' Narcissistic Impression
Objective Facebook page criteria		
Quantity of social interaction ($\alpha = .75$)	.23***	.31***
Quantity of information listed about self	.07	.29***
Subjective Facebook page criteria coded by research assistant (RA) raters		
Self-promoting information about self ($\alpha = .76$)	.18*	.32***
Self-promoting quotes ($\alpha = .94$)	.19*	.21**
Entertaining quotes ($\alpha = .88$)	-.28***	-.11
Main photo attractiveness	.18**	.33***
Main photo self-promotion ($\alpha = .89$)	.19**	.37***
Main photo sexiness ($\alpha = .71$)	.20**	.33***
Self-promoting pictures ($\alpha = .95$)	.10	.28***
Provocative pictures ($\alpha = .85$)	.07	.34***
Fun pictures ($\alpha = .88$)	.18**	.17*
Impression ratings by participant raters		
Communal impression ($\alpha = .95$)	-.09	-.60***
Agentic impression ($\alpha = .93$)	.28***	.39***
Narcissistic impression ($\alpha = .92$)	.25***	

* $p \leq .10$. ** $p \leq .05$. *** $p \leq .01$.

Tabel 1
Analisis Media Sosial Facebook dan Narsisme
(Sumber Buffardi dan Campbell, 2016)

Dengan demikian, bisa dikatakan bahwa media sosial telah menjadi ruang ekspresi narsistik secara universal. Demikian halnya dengan Path sebagai sebuah media sosial pendatang baru. Hampir semua penelaah menyebutkan bahwamotif-motif narsistik difasilitasi dengan berbagai fitur Path. Beberapa fitur yang bisa digunakan sebagai ruang ekspresi kode-kode narsistik diantaranya adalah:

a. Penulisan Status

Perhatikan sebuah status dari seorang pengguna Path yang menuliskan kalimat, “Yeaaaaay, jalan-jalan lagi malem-malem”. Kemudian ditandai dengan notifikasi atau pemberitahuan tempat dimana mereka berada. Tulisan ini diambil dari status pengguna yang menjadi objek pengamatan penulis. Menarik sekali, karena yang bersangkutan termasuk pengguna Path yang menjadi objek pengamatan penulis. Tiga jam sebelumnya, yang bersangkutan dalam statusnya masih membicarakan jenis baju yang harus dipakai sebelum pergi jalan-jalan. Bahkan siang hari masih menuliskan status menuju tempat atau lokasi untuk berpartisipasi dalam kegiatan penting sehubungan dengan profesi yang bersangkutan.

Jika diperhatikan, dalam satu hari seseorang bisa menuliskan status dalam *time-line (up-date)* tentang kegiatan mereka lebih dari enam kali per hari. Tidak ada tempat, kegiatan, pertemuan, atau acara penting lainnya yang tidak dilaporkan dalam media sosial Path. Hal ini adalah kebiasaan yang dilakukan sebagian besar pengguna Path. Bahkan pada pengguna lainnya, dengan karakteristik lebih muda atau anak muda, up-date satus dalam time line mereka bisa lebih tinggi intensitasnya dalam satu hari.

b. Foto Diri/Grup

Foto diri atau *selfie* menjadi tren atau paling banyak diposting atau dikirmkan oleh pengguna Path. Foto yang diambil secara instan dari kamera telepon seluler menampilkan gambar secara

close-up atau *extreme close-up*. Pengambilan dilakukan baik secara langsung atau menggunakan alat yang disebut dengan tongsis atau tongkat narsis. Perlengkapan penting yang sebenarnya merupakan pengganti alat berkaki tiga atau tripod, digunakan supaya bisa mengambil gambar dengan *self-timer* untuk memberi waktu pengaturan pada pengguna. Tongsis adalah *self-portraits monopod* yang dapat memberikan ruang pengambilan gambar dan sudut pandang lengkap seperti *top angle*, *low angle*, atau frontal.

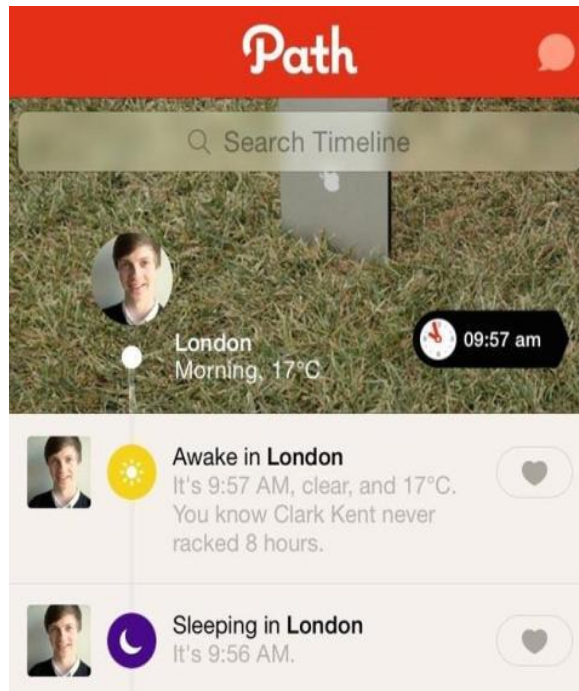
Hal lain yang penting setelah pengambilan gambar adalah penyempurnaan gambar supaya hasilnya lebih cantik, mulus, terang dan *magic treatment*. Pengguna akan *retouch* gambar/foto dengan aplikasi instant photo maker. Misalnya; instant Beauty Plus, Cymera Season 2, Pixlr Express, Adobe Photoshop Express dan Pixlr-o-matic. Jika *retouch* sempurna, finalisasi adalah *up-loading* gambar dalam ruang *time-line* mereka.

Pengguna bisa mengedit tampilan kulit wajah, efek cahaya, *cropping* gambar, mode, saturasi, bentuk dan lain-lain supaya terkesan lebih cantik atau impresif. Bahkan foto diri juga seringkali dilakukan bersama-sama (*wefie*) untuk menampilkan kekompakan dan citra bersama diantara mereka. Status teks yang dimunculkan misalnya; “makan bareng di", “reuni dengan...” atau sedang melakukan aktivitas/pekerjaan di ruang publik kemudian diberikan teks; “komunikasi krisis sejatinya memandu organisasi untuk menghindari dari jebakan kesalahan yang berulang”, atau menambahkan impresi untuk mengekspresikan suasana melalui kalimat, “*amazing conference*,” *wonderfull vocation*”, dan “*greats seasons*”. Jikapun untuk menunjukkan kesibukan, maka akan ditunjukkan dengan kalimat, “*late breakfast*”, atau kalau terlambat sekali ditulis, “*break lunch*” karena makan pagi mendekati siang, dan lain-lain.

c. Foto Aktivitas

Aktivitas yang paling banyak dijadikan objek jepretan untuk foto status dalam para pengguna yang menjadi objek pengamatan penelitian media Path adalah, tempat makan (resto, café, rumah makan favorit), belanja, menginap di hotel ternama, perjalanan atau wisata dengan objek wisata, sedang melakukan *meeting* dengan suasana ruang rapat, ruang seminar, dan tidak tertinggal aktivitas perawatan diri dan relaksasi di salon, *beauty center*, dan tempat perawatan lainnya. Bahkan di luar itu, Path menyediakan status menginap atau tidur di mana dan atau bangun di mana. Menu ini bisa diatur secara otomatis. Ada pemeo di kalangan pengguna bahwa, “Mungkin karena generasi milenial udah kebiasaan *check in* di Path jadinya aktivitas yang gak terlalu penting macam bangun tidur tuh juga harus dilaporin sama orang lain”.¹²

¹² <http://www.huntnews.id/>



Gambar
Awake in London, Sleeping in London¹³

d. Informasi Kedatangan di Path

Path menyediakan layanan informasi kedatangan dari seseorang pengguna. Berbasiskan lokasi atau tempat yang dibaca oleh aplikasi. *Airplane mode*, pasti semua smartphone memiliki fitur *airplane mode*. Path menggunakan fitur ini untuk akses lokasi terbaru yang nantinya akan dibaca (dibandingkan) dengan lokasi terakhir sebelum kita menonaktifkan atau menghidupkan *airplane mode smartphone* yang digunakan. Memakai mode ini tentu tidak harus selalu naik pesawat, berbeda lokasi wilayah seperti kabupaten, sudah dapat dibaca oleh Path untuk memberitahukan lokasi baru di kabupaten yang dituju.

Bagi para pengguna yang ingin terlihat aktif dan dinamis, menu ini menyenangkan, karena akan menunjukkan tingkat mobilitas dan kesibukan dirinya. Apalagi jika lokasi itu berkaitan dengan tempat dengan jarak perjalanan yang jauh serta tidak semua orang bisa melakukannya. Contohnya, informasi kedatangan di bandara, stasiun kereta api dan tempat yang dituju adalah hal yang sangat banyak dilaporkan.

¹³ ibid



Gambar
Fitur Pemberitahuan Kedatangan¹⁴

e. Keluarga/Anak, Penghargaan dan Undangan Penting

Bentuk lain yang ditampilkan dalam Path yang menunjukkan ke-narsis-an seseorang adalah informasi keluarga atau anak dengan beragam cerita. Misalnya bayi yang sudah bisa makan sendiri, bermain atau sakit. Menginjak anak yang lebih besar berita tentang anak sering kali dieskpos adalah prestasi dalam berbagai bidang, tempat dan jenis makanan favorit, arena bermain, dan keterampilan/kemampuan anak yang baru dikuasai.

Bentuk lain yang ditampilkan biasanya adalah penghargaan, *graduation*/wisuda atau kelulusan pengguna atau orang lain (teman), atau undangan penting dari lembaga yang memiliki kredibilitas tinggi. Bahkan kasus ini telah menyeret kasus penyelidikan seseorang pengguna yang terlalu narsis karena *up-load* surat penting dari lembaga negara yang sangat strategis, dimana dirinya diterima sebagai anggota Dewan Informasi Strategi dan Kebijakan BIN Indonesia.

Hal ini kemudian mengundang pemberitaan dalam media massa on-line atas kelakuan pengguna yang telah mengekspose surat penting tersebut. Perhatikan petikan berita berikut ini:

Kasus ini menurut Mahfudz mencerminkan tidak profesionalnya BIN dalam merekrut anggota di badan informasi strategis yang sejatinya diperuntukan bagi para pakar. "Jadi badan informasi strategis ini adalah lembaga pendukung BIN, menghimpun informasi dan kajian yang diisi oleh para pakar. Saya tidak ngerti apakah Banyu Biru mewakili kepakaran tertentu itu di bidang politik," ujarnya. Apabila SK itu benar dan Banyu memang pamer di sosmed maka itu menunjukkan yang bersangkutan tidak mengerti urusan-urusan BIN. Tapi kalau SK itu tidak benar dan Banyu Biru berinisiatif pamer SK palsu itu, maka bisa mengarah pelanggaran pidana."¹⁵

¹⁴ <http://www.trentekno.com/22821/22821/>

¹⁵ <http://www.jpnn.com/read/2016/02/02/354303/Pamer-SK-BIN-di-Path,-Banyu-Biru-Bisa-Dipidana->



Gambar
Pamer SK Pengangkatan di Path¹⁶

1.4. Narsistik Dalam Media Sosial

Melihat pada uraian yang telah dipaparkan, perilaku narsistik mendapatkan saluran atau media yang efektif. Bagaimanapun narsistik harus diketahui oleh orang lain. Seperti dikatakan Mehdizadah (2010) bahwa manusia selalu mengelola dan menumbuhkan/ menampilkan presentasi dirinya.

Narsistik adalah sebuah kondisi dimana diri dikelola sedemikian dan ditampilkan di ruang publik. Para ahli Psikodinamika dan juga Freud (Psikoanalisa) menggunakan istilah narcissism untuk mendeskripsikan orang-orang yang menunjukkan dirinya sebagai orang penting secara berlebih-lebihan dan yang terokupasi dengan keinginan mendapatkan perhatian, dari orang lain.¹⁷

Dalam upaya menampilkan diri itu, media seperti halnya Path memiliki kemampuan untuk memberikan saluran ekspresi. McQuail dengan menggunakan konsep McLuhan menyebutkan bahwa media adalah perpanjangan mata dan ceritra dari para pengguna. Media memiliki kemampuan mengedarkan hasrat dan kebutuhan untuk diketahui oleh orang lain.

Demikian halnya dengan para pengguna Path, mereka mengeksplorasi kemampuan aplikasi media tersebut untuk menampilkan citra dirinya (self-esteem) dengan melakukan pengolahan pesan sedemikian rupa. Dalam hal mendapatkan apresiasi dari orang lain, pengguna bisa mengedit informasi dengan menambah, mengurangi, atau melipatkan ceritra dibalik peristiwa yang sesungguhnya.

Menggunakan konsep Markus dan Nurius, Mehdizadeh (2010) menyebutkan dua kategori yang ditampilkan oleh individu dalam media sosial, *NOW SELF* dan *POSSIBLE SELF*. *Now self* adalah sesuatu yang sudah *establish*, yang ditampilkan kepada orang lain. Sedangkan *Possible self* adalah identitas serba mungkin, sulit diidentifikasi dan bermain peran.

¹⁶ ibid

¹⁷ Karina Sari dalam <https://psikologiabnormal.wikispaces.com/Narcistik+Personality+Disorder>

...and the ‘possible self,’ an identity unknown to others. Users can achieve the latter state by withholding information, hiding undesirable physical features, and role-playing. This effect is most pronounced in anonymous online worlds, where accountability is lacking and the ‘true’ self can come out of hiding.¹⁸

Studi yang dilakukan oleh Ellison dan kawan-kawan (Mehdizedah, 2010), bahwa individu bertindak secara berbeda antara dunia sosial dengan dunia virtual atau *on-line*. Dalam dunia virtual (*on-line*) menunjukkan bahwa presentasi diri secara *on-line* (*online self-presentation*) bervariasi sesuai dengan sifat pengaturan. Tergantung pada persepsi seperti apa dan diharapkan dalam bentuk bagaimana oleh pengguna. Hasil empirik lainnya, Ellison menyebutkan bahwa, terdapat hubungan antara narsisme dan harga diri seseorang. Individu dengan harga diri yang rendah akan berkorelasi dengan jumlah lebih besar dalam mempromosikan konten “diri” pada halaman media sosial (*Facebook*) mereka.

*The association between narcissism and self-esteem was also used to predict that individuals with low self-esteem would be correlated with a greater amount of self-promotional content on their Facebook pages.*¹⁹

PENUTUP

Kesimpulan makalah ini adalah sebagai berikut:

1. Path telah menjadi ruang bercerita mengenai diri sendiri secara mendalam dengan volume pembuatan status yang tinggi setiap hari.
2. Path menjadi alat eksplorasi narsistik pengguna karena dianggap mampu menjaga privasi mereka. Hal ini dilakukan dengan mengatur filter pertemanan pengguna. Bentuk-bentuk yang ditampilkan berupa *up-date* status, foto diri, foto aktivitas, informasi tempat dan kedatangan, anggota keluarga, undangan dan pemberitahuan penting lainnya.
3. Kemudian Path dipersepsi sebagai media sosial yang dianggap mampu memberikan nilai objektivasi tentang diri mereka, yaitu melalui penataan *possible self* pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

Buku/Jurnal Internasional/Makalah

Bajari, Atwar, “Bahasa Provokasi dalam Media Sosial Pecinta Klub Sepakbola Tanah Air (Studi Etnografi Komunikasi Virtual pada Facebook *Fans* Klub Fanatik Persib Bandung dan Persija Jakarta),” *Makalah*, Disajikan dalam Seminar Nasional The 3rd Indonesia Media Research 2016, SPS-IMRAS, Semarang 3-4 September, 2016 .

Buffardi, Laura E. and W. Keith Campbell, “Narcissism and Social Networking Web Sites,” *Bulletin*, 34(10), 1303-1314., Campbell University of Georgia, 2008.

McQuail, Denis, (1998), *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta.

¹⁸ Soraya Mehdizadeh, *Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook*, 2010

¹⁹ *Ibid*

Mehdzadeh, Soraya, Self-Presentation 2.0: Narcissism and Self-Esteem on Facebook, *International Journal*, International Journal of Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, Volume 13, Number 4, 2010^a Mary Ann Liebert, Inc.

Creswell, John W., (1998), *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions*, London: Sage Publications.

Sumber Digital

Sari, Karina, Narcistic Personality Disorder (NPD), *Blog Psikologi Abnormal*, diunduh dari <https://psikologiabnormal.wikispaces.com/Narcistik+Personality+Disorder>, 3 November 2016, pukul 14.51.

Somerville, Tiffany A., "The effect of Social Media Use on Narcissistic Behavior," di unduh dari <https://www.mckendree.edu/academics/scholars/somerville-issue-25.pdf>, 3 November 2016, pukul 08.00.

<http://wikipedia.com>, diunduh pada 2 November 2016, pukul 09.00.

<http://fryunfirst.blogspot.co.id/2013/05/pengertian-web-10-20-30.html>, diunduh pada 2 November 2016, pukul 10.00.

<http://www.nyunyu.com/medias/2015/05/diskusi-path-itu-isinya-orang-pamer-setuju-nggak-600.jpg>, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

<https://pbs.twimg.com/media/CcsETP5UMAA93dF.jpg>, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

www.makemac.com/path-release-kong, diunduh pada 2 November 2016, pukul 20.00.

www.Indonesia.com/fitur+path+terbaru, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

<http://opini.id/opini/82240/-sampai-kapan-indonesia-jadi-bangsa-yang-mem-viralkan-produksi-negeri-asing>, diunduh pada 1 November 2016, pukul 20.00.

<http://tekno.liputan6.com/read/2534422/menjajal-update-kekinian-path-daily>, diunduh pada 2 November 2016, pukul 20.00.

<http://www.hipwee.com/hiburan/kumpulan-pathdaily-ini-bikin-senyum-sendiri-dari-yang-ingat-mantan-sampai-jualan-nasi-padang-ada-aja-di-sini>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 20.00.

<http://tabloidnova.com/Gadget/Kebiasaan-Orang-Indonesia-Di-Path>, diunduh pada 29 September 2016, pukul 16.00.

<http://www.huntnews.id>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 14.00.

<http://www.trentekno.com/22821/22821/>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 13.00.

<http://www.jpnn.com/read/2016/02/02/354303/Pamer-SK-BIN-di-Path,-Banyu-Biru-Bisa-Dipidana>, diunduh pada 3 November 2016, pukul 11.00.