

Eksplorasi Peran Literasi Visual Melalui Fotografi Dalam Pembentukan Personal Branding Siswa SMA Negeri 23 Makassar Di Media Sosial

Muhammad Ainun Mukminin

muhammad.ainunmukminin@umi.ac.id
 Universitas Muslim Indonesia

Megawati

megawati.fs@umi.ac.id
 Universitas Muslim Indonesia

Yul Rachmawati

yul.rachmawati@umi.ac.id
 Universitas Muslim Indonesia

Abstrak: Penelitian ini mengeksplorasi peran literasi visual berbasis fotografi dalam proses pembentukan personal branding siswa SMA Negeri 23 Makassar di ruang media sosial. Konteks penelitian berangkat dari inisiatif program pengabdian kepada masyarakat yang dirancang oleh dosen Universitas Muslim Indonesia, yang menjadikan pelatihan fotografi sebagai wahana pendidikan komunikasi visual di lingkungan sekolah menengah atas. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-interpretatif, penelitian ini menggali secara holistik pengalaman, persepsi, dan praktik digital siswa melalui tiga instrumen: wawancara mendalam semi-terstruktur dengan dua belas informan (sepuluh siswa dan dua guru pendamping), observasi partisipatif selama delapan sesi pelatihan, serta analisis konten visual terhadap karya foto dan unggahan media sosial informan. Analisis data mengikuti prosedur analisis tematik reflektif Braun dan Clarke (2022) yang terintegrasi dengan model analisis data interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Temuan penelitian mengidentifikasi empat tema utama: pertama, pengalaman transformatif pelatihan yang mendorong kebangkitan kesadaran visual (visual awakening) dan kompetensi estetis-teknis; kedua, reposisi pemaknaan fotografi sebagai medium ekspresi identitas yang autentik namun sekaligus strategis di platform Instagram dan TikTok; ketiga, dinamika faktor struktural dan sosio-kultural yang mendukung maupun menghambat keberlanjutan praktik visual siswa; serta keempat, kemunculan kesadaran etika digital yang masih embrional namun memiliki potensi signifikan untuk dikembangkan. Penelitian ini memperkuat argumen perlunya integrasi pendidikan literasi visual berbasis proyek ke dalam kurikulum sekolah menengah, dengan komponen etika komunikasi digital sebagai elemen yang tidak terpisahkan.

Kata kunci: fotografi pendidikan, identitas digital, literasi visual, media sosial, personal branding digital, remaja

Abstract: This study examines the role of photography-based visual literacy in shaping the personal branding practices of students at SMA Negeri 23 Makassar across social media platforms. Grounded in a community service initiative by lecturers at Universitas Muslim Indonesia, the research employed a descriptive-interpretive qualitative approach to holistically investigate students' experiences, perceptions, and everyday digital practices. Data were generated through semi-structured in-depth interviews with twelve informants (ten students and two teachers), participatory observation across eight training sessions,

and visual content analysis of students' photographic work and social media posts. Analysis followed Braun and Clarke's (2022) reflexive thematic analysis integrated with the Miles, Huberman, and Saldana (2014) interactive model. Four main themes emerged: first, a transformative training experience that triggered visual awakening and cultivated aesthetic-technical competencies; second, the repositioning of photography as a medium for both authentic and strategically managed identity expression on Instagram and TikTok; third, the dynamics of structural and sociocultural factors supporting or constraining sustained visual practices; and fourth, the emergence of nascent digital ethics awareness with significant developmental potential. This study contributes theoretically to the intersection of visual literacy, Goffman's self-presentation theory, and platform logic in the context of Indonesian urban adolescents, while practically advocating for project-based visual literacy integration in secondary school curricula with digital ethics as a non-negotiable component.

Keywords: *adolescents, digital identity, digital personal branding, photography education, social media, visual literacy*

PENDAHULUAN

Lanskap komunikasi yang dihadapi generasi muda Indonesia saat ini tidak dapat dipahami hanya melalui prisma kata-kata. Gambar, foto, dan konten visual berbasis kamera telah menjadi mata uang utama dalam ekonomi perhatian yang mendominasi platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Data APJII (2024) mencatat bahwa penetrasi internet Indonesia telah mencapai 78,4 persen dari total populasi, dengan kelompok usia 13–18 tahun sebagai salah satu segmen pengguna yang paling aktif secara volumetrik. Lebih dari sekadar konsumen konten, generasi ini tumbuh sebagai produsen visual aktif yang setiap harinya menghasilkan, menyunting, dan mendistribusikan ribuan foto serta klip video melalui perangkat yang ada di genggaman tangan mereka.

Fenomena produktivitas visual yang masif ini memunculkan paradoks yang cukup menggelisahkan: sementara frekuensi produksi konten visual terus meningkat, kapasitas kritis untuk membaca, menganalisis, dan memproduksi pesan visual secara bermakna tidak selalu berkembang seiring dengannya. Twenge (2017) dalam kajiannya tentang Generasi Z mereka yang lahir antara 1995 hingga 2012 menemukan bahwa intensitas paparan media sosial tidak secara otomatis menghasilkan kemampuan refleksi kritis terhadap konten yang dikonsumsi maupun diproduksi. Literasi visual, dalam pengertian yang sesungguhnya, adalah suatu kompetensi yang harus dilatih secara sadar dan terstruktur, bukan kondisi bawaan yang muncul hanya dari rutinitas mengoperasikan smartphone.

Dalam konteks pendidikan formal Indonesia, upaya pengembangan literasi visual menghadapi berbagai tantangan yang bersifat struktural. Kurikulum Merdeka yang diluncurkan pada 2022 memang membuka ruang yang lebih lebar bagi pembelajaran berbasis proyek dan kreativitas, termasuk di dalamnya peluang untuk mengintegrasikan dimensi visual secara lebih sistematis. Namun, di lapangan, banyak sekolah masih kesulitan menerjemahkan peluang tersebut menjadi program yang konkret dan berkelanjutan khususnya dalam mengintegrasikan teknologi

kamera dan praktik media sosial ke dalam ekosistem pembelajaran yang terarah secara pedagogis.

SMA Negeri 23 Makassar, yang berlokasi di salah satu kota terbesar di kawasan timur Indonesia, merepresentasikan konteks yang menarik sekaligus khas untuk menelaah dinamika ini. Makassar sebagai kota metropolitan yang tengah berkembang pesat memiliki karakteristik demografis dan sosio-kultural tersendiri kepadatan anak muda yang melek teknologi, budaya visual yang berakar kuat pada tradisi Bugis-Makassar, serta aspirasi modernitas yang berpadu dengan nilai-nilai lokal. Program pengabdian kepada masyarakat yang membawa pelatihan fotografi ke lingkungan sekolah ini bukan sekadar intervensi teknis yang bersifat parsial ia merupakan upaya membangun jembatan antara dunia pendidikan formal dan realitas komunikasi digital yang sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari keseharian siswa.

Literasi visual, sebagai kemampuan untuk membaca, menafsirkan, menganalisis, dan memproduksi pesan visual secara kritis, sesungguhnya bukanlah konsep baru dalam dunia pendidikan. Duncum (2010) menegaskan bahwa literasi visual merupakan kompetensi inti yang perlu diajarkan secara sistematis di sekolah, bukan sekadar kemampuan yang diasumsikan sudah dimiliki siswa hanya karena mereka sering berinteraksi dengan gambar. Namun dalam praktiknya, integrasi literasi visual ke dalam kurikulum pendidikan menengah di Indonesia masih berjalan lambat dan sporadis. Sebagian besar pembelajaran seni di sekolah lebih berfokus pada apresiasi karya konvensional ketimbang kemampuan produksi dan refleksi kritis terhadap citra visual digital.

Personal branding di kalangan remaja adalah fenomena yang jauh lebih kompleks dari sekadar urusan memilih foto profil yang menarik. Konsep ini berakar pada gagasan bahwa setiap individu memiliki kapasitas bahkan tanggung jawab untuk mengelola narasi tentang dirinya sendiri secara strategis dan konsisten (Peters, 1997). Bagi remaja yang tengah dalam tahap pembentukan identitas, media sosial seperti Instagram dan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi menjadi panggung eksperimen diri yang riil dan berdampak nyata. Van Dijk, Poell, dan de Waal (2018) berargumen bahwa logika platform digital dengan sistem *likes*, *followers*, dan algoritma rekomendasi secara aktif membentuk cara pengguna mengonstruksi dan mempertahankan identitas daring mereka. Dalam konteks ini, kemampuan fotografi bukan hanya soal menghasilkan foto yang “bagus”, melainkan tentang menguasai tata bahasa visual yang relevan secara sosial dan kultural.

Meskipun penelitian tentang literasi visual dan personal branding masing-masing telah cukup berkembang, studi yang secara spesifik menghubungkan keduanya dalam konteks intervensi pedagogi berbasis fotografi di kalangan remaja Indonesia masih sangat terbatas. Lebih jauh lagi, penelitian yang berlokasi di Makassar dan kawasan timur Indonesia dengan karakteristik sosial budaya yang berbeda dari konteks urban Jawa yang lebih sering menjadi fokus kajian komunikasi hampir tidak ada. Kesenjangan inilah yang menjadi motivasi utama penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini dirumuskan untuk menjawab tiga pertanyaan utama: (1) Bagaimana pengalaman transformatif siswa dalam menjalani pelatihan fotografi sebagai bagian dari program pengabdian dosen UMI, khususnya dalam kaitannya dengan perkembangan literasi visual mereka? (2) Bagaimana siswa SMA Negeri 23 Makassar memaknai dan mempraktikkan fotografi sebagai instrumen pembentukan personal branding di media sosial? (3) Faktor-faktor struktural, sosial, dan kultural apa yang memengaruhi efektivitas pemanfaatan fotografi dalam membangun identitas digital siswa, termasuk hambatan yang perlu diantisipasi dalam pengembangan program serupa ke depan?

Menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut, penelitian ini diharapkan berkontribusi tidak hanya bagi pengembangan ilmu komunikasi khususnya dalam ranah literasi media visual dan komunikasi digital tetapi juga bagi para praktisi pendidikan yang tengah mencari pendekatan inovatif untuk mengintegrasikan kompetensi komunikasi abad ke-21 ke dalam program belajar mengajar di sekolah menengah atas.

Literasi Visual dalam Konteks Pendidikan Kontemporer

Literasi visual sebagai disiplin akademis mulai mendapat perhatian serius sejak Debes (1969) memperkenalkan istilah *visual literacy* untuk menggambarkan kemampuan seseorang dalam membaca dan menginterpretasikan pesan visual. Sejak itu, konsep ini terus berkembang melampaui sekadar kemampuan melihat, menuju suatu kapasitas kritis yang melibatkan analisis, evaluasi, dan penciptaan pesan visual secara bermakna (Avgerinou & Ericson, 1997). Dalam konteks pendidikan kontemporer, Mirzoeff (2009) berargumen bahwa literasi visual tidak dapat dipisahkan dari relasi kekuasaan dan konstruksi sosial apa yang kita anggap “indah” atau “layak dilihat” sesungguhnya dibentuk oleh konteks budaya, ideologi, dan kepentingan tertentu.

Duncum (2010) mengajukan tujuh prinsip pendidikan literasi visual yang relevan untuk konteks sekolah menengah, yakni: keterlibatan aktif dengan citra visual sehari-hari, pemahaman terhadap konteks sosial budaya produksi citra, pengenalan terhadap teknik dan konvensi representasi, analisis kritis terhadap ideologi yang tersimpan dalam citra, apresiasi terhadap keberagaman visual, produksi citra yang reflektif, serta pengembangan selera estetis yang kritis. Prinsip-prinsip ini menjadi pijakan konseptual utama dalam mengevaluasi dampak pelatihan fotografi terhadap kapasitas literasi visual siswa dalam penelitian ini.

Perkembangan mutakhir dalam kajian literasi media telah memperluas konsep literasi visual ke dalam dimensi multimodal. Rose (2016) menegaskan bahwa dalam era digital, “membaca” sebuah gambar tidak dapat dilepaskan dari konteks distribusinya, teknologi yang digunakan untuk memproduksinya, serta relasi sosial yang melingkupi konsumsinya. Pendekatan multimodal ini memandang foto bukan sebagai artefak yang berdiri sendiri, melainkan sebagai bagian dari serangkaian sumber daya semiotik termasuk teks, suara, dan elemen visual lainnya yang secara bersama-sama menghasilkan makna dalam konteks komunikasi digital.

Dalam praktik pendidikan, integrasi literasi visual ke dalam kurikulum sekolah menengah menghadapi tantangan yang tidak sederhana. Merriam dan Tisdell (2016) menekankan pentingnya pembelajaran reflektif yang mendorong peserta didik untuk mempertanyakan asumsi-asumsi yang selama ini terasa *given* dalam konsumsi visual sehari-hari. Duncum lebih lanjut berargumen bahwa pendidikan literasi visual yang efektif tidak bisa bersifat aditif sekadar ditambahkan di atas kurikulum yang ada melainkan harus transformatif, yakni mengubah secara mendasar cara siswa memandang dan berinteraksi dengan seluruh pengalaman visual mereka.

Fotografi sebagai Medium Komunikasi Visual dan Pedagogi Digital

Fotografi bukan sekadar teknologi mekanik untuk merekam realitas. Barthes (1980) dalam karyanya *Camera Lucida* membedakan antara *studium* makna umum yang dapat dibaca dari foto dan *punctum* elemen yang secara personal menusuk atau menyentuh pelihat. Perbedaan ini mengingatkan bahwa foto bekerja pada dua level sekaligus: sebagai dokumen sosial yang berbagi makna bersama dan sebagai pengalaman subjektif yang sangat personal. Sontag (1977) lebih jauh berargumen bahwa fotografi sesungguhnya adalah cara pandang sebuah ideologi yang menentukan apa yang layak diabadikan dan apa yang ditinggalkan di luar bingkai.

Dalam praktik pendidikan, fotografi menawarkan beberapa keunggulan pedagogis yang unik. Pertama, fotografi melatih kemampuan observasi yang cermat karena siswa harus belajar melihat detail yang biasanya luput dari perhatian. Kedua, fotografi memaksa penggunanya untuk membuat keputusan komposisional yang disadari, melatih pemikiran spasial dan estetis. Ketiga, dan paling relevan untuk penelitian ini, fotografi memberi siswa alat yang konkret untuk mengekspresikan perspektif dan identitas mereka sendiri (Banks, 2007).

Dalam dekade terakhir, munculnya kamera ponsel berkualitas tinggi telah secara dramatis mendemokratisasi akses terhadap fotografi sebagai medium ekspresi. Pink (2021) berargumen bahwa fotografi ponsel telah menjadi bagian dari etnografi sehari-hari yang dilakukan jutaan orang terutama generasi muda yang secara intuitif mendokumentasikan dan mengomunikasikan pengalaman hidup mereka melalui citra visual. Pergeseran ini membawa implikasi pedagogis yang signifikan: hambatan teknis yang dahulu memerlukan pelatihan panjang kini sudah tidak lagi menjadi penghalang utama.

Burgess dan Green (2018) mencatat bahwa fenomena “produksi berbasis kreativitas vernakular” (*vernacular creativity*) ini tidak selalu menghasilkan literasi kritis sering kali ia justru menciptakan ilusi kompetensi, di mana kemudahan teknis disalahartikan sebagai penguasaan komunikatif yang sesungguhnya. Di sinilah peran pendidikan formal dan semi-formal seperti pelatihan fotografi berbasis PKM menjadi sangat relevan: ia hadir bukan untuk mengajarkan siswa cara menekan tombol rana, melainkan untuk membangun kerangka berpikir visual yang memungkinkan mereka memproduksi pesan secara bermakna dan bertanggung jawab.

Personal Branding di Era Algoritma dan Logika Platform

Konsep personal branding pertama kali dipopulerkan oleh Peters (1997) dengan argumen provokatifnya bahwa di era ekonomi kreatif, setiap individu adalah sebuah merek. Ia berpendapat bahwa keberhasilan seorang individu sangat ditentukan oleh kemampuannya mengelola narasi tentang diri sendiri secara konsisten dan strategis. Dalam perkembangannya, Schawbel (2010) mendefinisikan personal branding sebagai proses yang dengannya individu membedakan diri mereka sendiri dan menonjol dari kerumunan dengan mengidentifikasi serta mengartikulasikan proposisi nilai unik mereka, kemudian memanfaatkannya secara konsisten di berbagai platform.

Di era media sosial, personal branding telah berevolusi menjadi praktik yang semakin kompleks. Hearn (2008) mencatat bahwa media sosial mendorong setiap pengguna untuk menjadi manajer reputasi diri sendiri memilih foto terbaik, merancang narasi yang menarik, dan secara konsisten mempertahankan persona digital tertentu. Kenyataan ini membawa implikasi psikologis yang tidak sederhana bagi remaja yang masih dalam proses pembentukan identitas.

Dalam konteks platform digital kontemporer, Van Dijck, Poell, dan de Waal (2018) memperkenalkan konsep “logika platform” untuk menjelaskan bagaimana arsitektur teknis dan model bisnis platform digital secara aktif membentuk perilaku penggunanya termasuk dalam hal konstruksi identitas dan pengelolaan citra diri. Di bawah logika platform ini, personal branding bukan sekadar pilihan individual yang bebas, melainkan respons adaptif terhadap sistem insentif yang dirancang untuk mendorong produksi dan konsumsi konten secara optimal demi kepentingan platform.

Marwick (2015) memperkenalkan konsep *micro-celebrity* sebagai strategi presentasi diri yang semakin meluas di kalangan pengguna media sosial biasa bukan hanya selebriti mainstream. *Micro-celebrity* melibatkan pengelolaan audiens secara strategis, produksi konten yang terencana, dan pemeliharaan persona digital yang konsisten. Sementara itu, Duffy (2017) menambahkan dimensi kritis tentang apa yang disebutnya sebagai *aspirational labor* kerja yang dilakukan dengan harapan pengakuan atau imbalan di masa depan, namun sering kali berujung pada ketidakpastian dan ketidaksetaraan. Meskipun Duffy mengkaji fenomena ini dalam konteks industri kreatif dewasa, temuan-temuannya memiliki relevansi yang kuat dengan pengalaman remaja yang membangun personal brand di media sosial dengan aspirasi menjadi *influencer* atau *content creator*.

Remaja, Identitas, dan Negosiasi Diri di Media Sosial

Erikson (1968) mengidentifikasi masa remaja sebagai tahap kritis dalam pembentukan identitas, di mana individu bereksperimentasi dengan berbagai peran sosial sebelum menemukan jati diri yang stabil. Media sosial, dalam konteks ini, menyediakan panggung baru yang belum pernah ada sebelumnya untuk eksperimentasi identitas semacam itu. Boyd (2014) dalam studinya yang komprehensif tentang remaja dan media sosial menemukan bahwa platform daring

berfungsi sebagai “ruang publik berjejaring” di mana remaja bernegosiasi dengan norma sosial, membangun reputasi, dan mencari pengakuan dari teman sebaya.

Kajian tentang remaja dan media sosial dalam dekade terakhir telah memperkaya pemahaman kita tentang kompleksitas identitas digital. Twenge (2017), berdasarkan data survei longitudinal yang ekstensif, menemukan bahwa generasi yang tumbuh dengan smartphone menunjukkan pola pembentukan identitas yang berbeda secara signifikan dari generasi sebelumnya. Salah satu perbedaan paling mencolok adalah tingkat ketergantungan mereka pada validasi sosial daring sebagai penanda eksistensi dan penerimaan kelompok. Fenomena ini memiliki implikasi ganda yang paradoks: di satu sisi, media sosial memberi remaja ruang lebih luas untuk bereksperimentasi dengan identitas; di sisi lain, sifat arsip digital yang permanen justru meningkatkan taruhan dari setiap ekspresi identitas yang diunggah.

Di Indonesia, studi Nasrullah (2017) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial di kalangan remaja didorong tidak hanya oleh kebutuhan komunikasi, tetapi juga oleh dorongan kuat untuk memproyeksikan citra diri tertentu kepada audiens sosial. Abidin (2018) memperdalam perspektif ini dengan menunjukkan bagaimana bahkan pengguna media sosial biasa yang bukan selebriti pun harus mengelola citra diri dengan tingkat kalkulasi yang semakin tinggi, mendorong munculnya apa yang disebutnya sebagai “budaya visibilitas” di mana tampil dikenal menjadi tujuan yang bernilai pada dirinya sendiri.

Kerangka Teoretis

Penelitian ini menggunakan dua kerangka teoretis utama yang saling melengkapi. Pertama, konsep presentasi diri dari Goffman (1959), yang memandang interaksi sosial sebagai pertunjukan teatrikal di mana setiap individu secara strategis mengelola kesan yang ingin ditinggalkan kepada penonton. Dalam konteks media sosial, siswa adalah “aktor” yang secara sadar merancang penampilan visual mereka di “panggung depan” (*front stage*), sementara proses perencanaan dan seleksi konten berlangsung di “panggung belakang” (*backstage*) yang tidak terlihat oleh publik. Rose (2016) mengembangkan kerangka ini lebih jauh dengan memperkenalkan dimensi “audiens terbayang” (*imagined audience*) sebuah konsep yang sangat relevan dalam konteks media sosial di mana pengunggah konten membangun performativitas berdasarkan imajinasi tentang siapa yang akan melihat dan merespons postingan mereka.

Kedua, konsep modal visual yang diturunkan dari gagasan Bourdieu (1984) tentang modal budaya. Dalam konteks penelitian ini, kemampuan fotografi yang terasah melalui pelatihan merupakan bentuk modal visual yang dapat dikonversi menjadi pengakuan sosial dan legitimasi di ruang digital. Siswa yang memiliki kemampuan literasi visual lebih tinggi cenderung menghasilkan konten yang diapresiasi secara lebih luas, yang pada gilirannya memperkuat posisi sosial mereka dalam jaringan teman sebaya. Modal visual ini bersifat kumulatif: sekali diperoleh, ia cenderung menghasilkan akumulasi modal sosial lebih lanjut melalui mekanisme *engagement* dan perluasan jaringan audiens.

Braun dan Clarke (2022), meskipun lebih dikenal sebagai metodolog, memberikan kontribusi teoretis yang relevan tentang bagaimana tema-tema dalam pengalaman manusia tidak sekadar ditemukan dalam data, tetapi secara aktif dihasilkan melalui proses analisis yang reflektif. Perspektif ini memperkuat posisi epistemologis penelitian ini sebagai upaya konstruksi pengetahuan yang berangkat dari realitas subjektif informan, bukan klaim atas realitas yang bersifat *given* dan objektif. Pertemuan antara pendekatan interpretatif ini dengan kerangka Goffman dan Bourdieu menghasilkan lensa analitik yang kaya untuk memahami kompleksitas pembentukan identitas visual remaja di era digital.

Literasi Digital Multimodal dalam Konteks Pendidikan Indonesia

Diskursus tentang literasi digital di Indonesia mengalami percepatan signifikan sejak pemerintah menerbitkan Peta Jalan Literasi Digital Indonesia 2021–2024, yang menempatkan kecakapan digital sebagai salah satu kompetensi fundamental dalam sistem pendidikan nasional. Dokumen kebijakan tersebut mengidentifikasi empat pilar literasi digital: kecakapan digital, budaya digital, etika digital, dan keamanan digital. Meskipun ambisius dalam cakupannya, implementasi di level sekolah menengah masih menghadapi disparitas yang nyata baik antar daerah maupun antar institusi dalam daerah yang sama. Sekolah-sekolah di kota besar seperti Makassar, meskipun relatif lebih beruntung dalam hal akses teknologi, tetap tidak lepas dari tantangan integrasi literasi digital ke dalam praktik pembelajaran sehari-hari.

Dalam konteks ini, program pengabdian kepada masyarakat yang mengintegrasikan pelatihan fotografi dan literasi visual ke dalam lingkungan sekolah merepresentasikan salah satu model intervensi yang layak dikaji secara serius. Ia tidak hanya menyasar dimensi teknis (kemampuan mengoperasikan kamera dan aplikasi pengeditan), tetapi juga dimensi kritis (kemampuan menganalisis pesan visual) dan dimensi etis (kemampuan mengelola konten secara bertanggung jawab) tiga dimensi yang dalam literatur literasi digital kontemporer dipandang sebagai kesatuan yang tidak dapat dipisahkan (Denzin & Lincoln, 2018). Program semacam ini juga berpotensi menjadi jembatan antara kebijakan makro literasi digital dan realitas praktis di level kelas, khususnya ketika dirancang dengan pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan konteks lokal.

Kurikulum Merdeka yang diimplementasikan sejak 2022 secara prinsipil membuka ruang yang lebih besar bagi jenis intervensi ini. Dengan penekanan pada pembelajaran berbasis proyek (*Project-Based Learning*) dan penguatan karakter, kurikulum baru ini sesungguhnya menyediakan kerangka yang kompatibel dengan program pelatihan fotografi berbasis komunitas. Tantangannya terletak pada kemampuan sekolah dan guru untuk mengintegrasikan program eksternal ke dalam kerangka kurikulum yang ada, serta memastikan kesinambungan dampak setelah program formal berakhir.

Algoritma Platform, Estetika Visual, dan Perilaku Konten Remaja

Salah satu aspek yang sering luput dalam kajian literasi visual remaja adalah peran aktif algoritma platform dalam membentuk dan seringkali mendistorsi persepsi tentang kualitas visual. Platform seperti Instagram dan TikTok menggunakan sistem rekomendasi berbasis algoritma yang secara aktif mempromosikan konten dengan performa tinggi kepada pengguna yang lebih luas. Efek kumulatif dari sistem ini adalah homogenisasi estetika di mana tren visual tertentu menjadi dominan secara algoritmik dan pengguna merasa terdorong untuk mengikutinya demi visibilitas.

Van Dijck, Poell, dan de Waal (2018) menyebut fenomena ini sebagai “komodifikasi identitas” dalam ekosistem platform di mana ekspresi diri yang otentik berhadapan langsung dengan tekanan sistematis untuk memproduksi konten yang secara algoritmik “dapat dipasarkan”. Di bawah tekanan ini, remaja yang belum memiliki literasi visual dan media yang kuat sangat rentan terhadap dua risiko: pertama, mengikuti tren estetika dominan tanpa kemampuan untuk memilah mana yang sesuai dengan ekspresi identitas mereka yang sesungguhnya; dan kedua, mengalami frustrasi dan penurunan kepercayaan diri ketika konten yang mereka produksi tidak mendapat respons algoritmik yang memadai.

Burgess dan Green (2018) menambahkan bahwa logika kumulatif platform di mana konten yang sudah populer cenderung terus mendapatkan distribusi lebih luas menciptakan efek “penguatan yang tidak setara” yang dapat melemahkan inisiatif kreatif pengguna baru. Dalam konteks remaja yang baru mulai membangun kehadiran digital mereka, pemahaman tentang dinamika ini menjadi prasyarat penting untuk mengembangkan strategi personal branding yang realistis dan tidak mengorbankan kesehatan psikologis mereka demi angka *likes* dan *followers*.

METODE

Pendekatan dan Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif-interpretatif. Pilihan pendekatan kualitatif didasarkan pada sifat permasalahan yang diteliti, yakni pengalaman subjektif siswa dalam proses belajar fotografi dan pemaknaan mereka terhadap praktik tersebut dalam kehidupan digital sehari-hari. Creswell dan Creswell (2018) menegaskan bahwa pendekatan kualitatif tepat digunakan ketika peneliti ingin memahami makna yang dikonstruksi oleh individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial atau manusiawi. Desain deskriptif-interpretatif dipilih karena penelitian ini tidak hanya bertujuan mendeskripsikan fenomena yang diamati, tetapi juga menginterpretasikan makna-makna yang tersimpan di balik pengalaman dan perilaku informan (Denzin & Lincoln, 2018).

Subjek dan Pemilihan Informan

Penelitian ini dilaksanakan di SMA Negeri 23 Makassar selama periode Januari hingga Maret 2025, bersamaan dengan pelaksanaan program pengabdian kepada

masyarakat oleh dosen Universitas Muslim Indonesia. Pemilihan informan dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, dengan kriteria: (a) aktif mengikuti pelatihan fotografi minimal 75 persen dari seluruh pertemuan, (b) memiliki akun media sosial yang aktif diperbarui secara rutin, dan (c) bersedia berpartisipasi secara sukarela dengan menandatangani lembar persetujuan informan. Informan dalam penelitian ini berjumlah dua belas orang, terdiri dari sepuluh siswa dan dua guru pendamping.

Berikut ini adalah rincian profil informan penelitian.



Gambar 1. Profil Informan Penelitian
 Sumber: Data primer penelitian, 2026

Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui tiga teknik yang saling melengkapi dan memperkuat satu sama lain.

a) Wawancara Mendalam (*In-depth Interview*). Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur menggunakan pedoman wawancara yang dikembangkan berdasarkan fokus penelitian. Setiap sesi berlangsung antara 45 hingga 90 menit, dilaksanakan di lingkungan yang nyaman bagi informan sebagian di ruang kelas setelah jam pelajaran, sebagian lagi di kantin sekolah dan taman belakang gedung kelas. Seluruh wawancara direkam dengan persetujuan informan dan kemudian ditranskrip secara verbatim menggunakan perangkat lunak transkripsi yang kemudian diverifikasi secara manual.

b) Observasi Partisipatif. Peneliti hadir secara langsung dalam delapan sesi pelatihan fotografi selama periode penelitian. Observasi difokuskan pada interaksi siswa dengan materi fotografi, dinamika kelompok, dan perilaku ekspresif siswa

ketika memotret. Catatan lapangan dibuat segera setelah setiap sesi observasi dan dilengkapi dengan refleksi analitik. Kehadiran peneliti sebagai bagian dari tim instruktur juga memberi akses terhadap diskusi informal yang tidak selalu muncul dalam wawancara terstruktur.

c) Analisis Konten Visual. Dengan izin informan, peneliti mengakses dan menganalisis karya foto yang dihasilkan selama pelatihan serta unggahan relevan di akun media sosial siswa. Analisis menggunakan rubrik yang mencakup dimensi teknis (komposisi, pencahayaan, fokus), dimensi estetis (gaya visual, konsistensi tema), dan dimensi naratif (pesan yang dikomunikasikan, konstruksi identitas diri). Rubrik ini dikembangkan berdasarkan sintesis dari Rose (2016) dan Banks (2007).

Analisis Data

Analisis data mengikuti model analisis tematik reflektif Braun dan Clarke (2022) yang diintegrasikan dengan model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014). Proses analisis terdiri dari enam fase: (1) pembiasaan diri dengan data melalui pembacaan berulang transkrip dan catatan lapangan; (2) pembangkitan kode awal (*initial coding*) yang dekat dengan bahasa informan; (3) pencarian tema dari kode-kode yang telah dihasilkan; (4) peninjauan dan penghalusan tema; (5) pendefinisian dan penamaan tema; serta (6) penulisan laporan yang mengintegrasikan bukti empiris dengan interpretasi analitik.

Pengkodean dilakukan dalam tiga tahap: kode deskriptif yang dekat dengan bahasa informan pada tahap pertama, kode pola untuk mengidentifikasi tema yang berulang pada tahap kedua, dan perumusan tema-tema utama yang menjadi kerangka temuan pada tahap ketiga. Braun dan Clarke (2022) menekankan bahwa dalam analisis tematik reflektif, peneliti tidak sekadar “menemukan” tema dalam data, melainkan secara aktif “membangun” tema melalui keputusan analitik yang dipengaruhi oleh posisi teoritis dan epistemologis peneliti sebuah prinsip yang secara eksplisit diakui dan ditangani dalam penelitian ini.

Keabsahan Data

Keabsahan data dijamin melalui beberapa strategi: triangulasi sumber (membandingkan data dari siswa, guru, dan konten visual), triangulasi metode (membandingkan hasil wawancara, observasi, dan analisis konten), *member checking* (mengonfirmasi interpretasi kepada informan kunci pada tahap analisis), dan *thick description* (pendeskripsian konteks secara rinci untuk memungkinkan pembaca menilai transferabilitas temuan). Moleong (2017) menegaskan bahwa kombinasi strategi tersebut merupakan pendekatan yang paling komprehensif untuk membangun kepercayaan (*trustworthiness*) dalam penelitian kualitatif.

Posisi Peneliti dan Refleksivitas

Dalam penelitian kualitatif, posisi dan identitas peneliti bukan faktor yang netral ia secara aktif membentuk proses pengumpulan data, interpretasi, dan penarikan makna. Penelitian ini dilaksanakan oleh seorang dosen ilmu komunikasi yang

memiliki latar belakang profesional sebagai fotografer institusional sekaligus merupakan bagian dari tim pelaksana program pengabdian kepada masyarakat di SMA Negeri 23 Makassar. Posisi *insider-researcher* ini membawa keuntungan akses yang signifikan informan cenderung lebih terbuka karena peneliti adalah figur yang sudah dikenal namun juga mengandung risiko bias konfirmasi yang perlu diantisipasi secara metodologis.

Merriam dan Tisdell (2016) menekankan pentingnya reflektivitas metodologis: kemampuan peneliti untuk secara terus-menerus mempertanyakan bagaimana posisi, pengalaman, dan asumsi pribadinya memengaruhi setiap tahap penelitian. Untuk tujuan ini, peneliti memelihara jurnal reflektif sepanjang periode penelitian, di mana setiap asumsi dan interpretasi awal secara eksplisit dicatat dan kemudian diuji terhadap data yang terkumpul. Diskusi rutin dengan kolega peneliti yang tidak terlibat dalam program PKM juga dilakukan sebagai mekanisme pengawal objektivitas analitik.

Pertimbangan Etika Penelitian

Penelitian yang melibatkan informan remaja memerlukan perhatian etis yang lebih teliti. Seluruh prosedur penelitian ini mematuhi kode etik penelitian ilmu sosial yang berlaku, dengan beberapa ketentuan khusus. Pertama, peneliti memperoleh izin penelitian resmi dari kepala SMA Negeri 23 Makassar sebelum memulai pengumpulan data. Kedua, seluruh informan siswa memberikan persetujuan melalui dua jalur: persetujuan lisan dari siswa yang bersangkutan dan persetujuan tertulis dari orang tua/wali. Lembar persetujuan (*informed consent*) ditulis dalam Bahasa Indonesia yang mudah dipahami, menjelaskan tujuan penelitian, jenis data yang dikumpulkan, cara penggunaan data, serta hak informan untuk menarik diri kapan pun tanpa konsekuensi negatif.

Ketiga, akses ke akun media sosial informan dilakukan secara terbuka dengan izin eksplisit, dan hanya data yang relevan dengan pertanyaan penelitian yang didokumentasikan. Keempat, seluruh transkrip dan catatan lapangan disimpan dalam media terenkripsi. Identitas informan dianonimkan melalui sistem kode alfanumerik dalam seluruh laporan penelitian. Creswell dan Creswell (2018) menegaskan bahwa perlindungan privasi informan harus diprioritaskan sejak tahap desain penelitian, bukan sebagai prosedur akhir prinsip yang menjadi panduan mendasar dalam seluruh tahap penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis data menghasilkan empat tema utama yang saling berkaitan: (1) pengalaman transformatif dalam pelatihan fotografi, (2) pemaknaan fotografi sebagai medium personal branding, (3) faktor pendukung dan hambatan dalam praktik branding visual digital, serta (4) kesadaran etika digital yang embrional. Setiap tema diuraikan berikut ini dengan disertai bukti empiris dari data lapangan.

Tema Pertama: Pengalaman Transformatif dalam Pelatihan Fotografi

Dari “Asal Jepret” Menuju Kesadaran Visual

Hampir semua informan siswa mengawali cerita mereka dengan mengakui bahwa sebelum mengikuti pelatihan, mereka memotret tanpa benar-benar berpikir. Istilah yang berulang kali muncul adalah “asal jepret” atau “foto sembarangan” sebuah praktik yang menggambarkan ketidaksadaran terhadap elemen-elemen visual yang sesungguhnya menentukan kualitas sebuah foto. Informan S03, seorang siswa kelas XI dengan minat tinggi terhadap seni visual, mendeskripsikan perubahannya sebagai berikut:

“Dulu kalau foto itu saya tidak pernah pikir soal cahaya, tidak pernah pikir soal sudut pandang. Pokoknya objeknya masuk frame, sudah. Tapi pas pelatihan itu, ada bagian waktu instruktur menjelaskan soal rule of thirds, saya langsung pergi ke galeri foto saya dan saya lihat semua foto saya jelek sekali. Menertawakan diri sendiri ji saya.” (S03)

Pengakuan semacam ini mencerminkan apa yang oleh para ahli pedagogi visual disebut sebagai *visual awakening* momen ketika seseorang mulai melihat dunia melalui kacamata yang berbeda setelah terpapar pada kerangka analitik tertentu (Felten, 2008). Proses ini tidak selalu nyaman. Beberapa informan mengungkapkan fase frustrasi awal ketika mereka mulai menyadari kesenjangan antara foto yang mereka inginkan dan yang mampu mereka hasilkan.

“Minggu pertama itu saya hampir mau berhenti. Karena saya pikir sudah bagus sudah foto saya, tapi ternyata masih banyak yang kurang. Cahayanya keliru, komposisinya tidak pas. Rasanya seperti belajar dari nol, padahal sudah bertahun-tahun main medsos.” (S07)

Namun yang menonjol adalah bahwa sebagian besar informan berhasil melewati fase frustrasi ini dan mengalami apa yang dapat dideskripsikan sebagai momen terobosan biasanya ketika mereka berhasil menghasilkan foto yang secara teknis dan estetis memuaskan untuk pertama kalinya. Momen ini kerap dideskripsikan dengan ekspresi emosional yang kuat.

Dinamika Kelompok sebagai Katalis Pembelajaran

Aspek lain yang konsisten muncul dalam narasi informan adalah peran dinamika kelompok dalam mendorong pembelajaran fotografi. Pelatihan yang dirancang secara kolaboratif di mana siswa saling memberikan umpan balik terhadap karya satu sama lain menjadi salah satu elemen yang paling diapresiasi. G01, guru Seni Budaya yang mendampingi program, mengamati:

“Yang saya lihat, siswa itu lebih menerima kritik dari teman sebaya daripada dari guru. Kalau guru yang bilang ‘foto ini

kurang bagus', mereka mungkin sedikit defensif. Tapi kalau teman sendiri yang bilang, mereka lebih terbuka. Dan yang bilang pun tidak takut mengkritik karena suasananya memang dibuat seperti itu bukan kompetisi, tapi kolaborasi.” (G01)

Observasi lapangan peneliti mendukung pernyataan G01. Dalam sesi keenam pelatihan yang berfokus pada foto *portrait* di lingkungan sekolah, terlihat bagaimana siswa secara spontan berkumpul dalam kelompok kecil dan mendiskusikan hasil foto masing-masing dengan antusias. Percakapan-percakapan kecil ini sering kali lebih substansif secara teknis dibandingkan dengan diskusi pleno yang dipimpin instruktur. Fenomena ini sejalan dengan konsep pembelajaran sosial Vygotsky tentang zona perkembangan proksimal, di mana interaksi dengan teman sebaya yang lebih terampil mendorong perkembangan kompetensi yang lebih cepat.

Pelatihan sebagai Ruang Ekspresi yang Aman

Salah satu temuan yang tidak sepenuhnya diantisipasi peneliti adalah fungsi pelatihan fotografi sebagai ruang aman bagi ekspresi diri siswa. Beberapa informan mengungkapkan bahwa pelatihan memberi mereka izin baik yang tersurat maupun tersirat untuk mengekspresikan aspek-aspek diri yang biasanya mereka simpan.

“Saya orangnya tidak terlalu suka tampil di depan. Tapi kalau lewat foto, saya bisa tunjukkan sesuatu tanpa harus bicara langsung. Ada foto saya yang saya ambil di lorong kelas waktu sore, gelap-gelap agak, dan itu sebenarnya cerita tentang perasaan saya. Tidak ada yang tahu itu. Tapi saya tahu.” (S09)

Pernyataan S09 ini mengungkap dimensi psikologis dari praktik fotografi yang sering luput dari diskursus teknis: fotografi sebagai media ekspresi emosi dan eksplorasi identitas yang bersifat pribadi. Temuan ini beresonansi dengan penelitian Harper (2002) yang menunjukkan bahwa foto dapat berfungsi sebagai cermin batin yang membantu individu merefleksikan dan mengomunikasikan pengalaman internal yang sulit diungkapkan secara verbal.

Dimensi Kinestetik dalam Pembelajaran Visual

Satu aspek pembelajaran fotografi yang jarang mendapat perhatian memadai dalam literatur adalah dimensi kinestetik atau *embodied* dari proses tersebut. Berbeda dengan belajar dari buku teks atau menonton video tutorial, belajar memotret melibatkan seluruh tubuh posisi tubuh saat memegang kamera, keputusan untuk berjongkok atau berdiri untuk mendapatkan *angle* yang tepat, keharusan bergerak dalam ruang untuk menemukan pencahayaan yang optimal. Pink (2021) berargumen bahwa metodologi visual yang efektif harus memperhatikan aspek sensoris dan kinestetis dari praktik visual, bukan hanya dimensi representasionalnya.

“Saya tidak menyangka kalau belajar foto itu capek badannya. Saya jalan-jalan keliling sekolah cari angle yang bagus, jongkok, berdiri, kadang hampir jatuh. Tapi itu yang bikin saya merasa ‘oh, ini bukan cuma soal tekan tombol’.” (S08)

Pengakuan S08 ini mengungkap bahwa proses belajar yang menuntut keterlibatan fisik turut berkontribusi pada pembentukan investasi emosional terhadap hasil karya siswa yang telah “bekerja keras” secara fisik untuk mendapatkan sebuah foto cenderung lebih kritis dan protektif terhadap karya tersebut. Dimensi kinestetik ini juga memperkuat pemahaman bahwa literasi visual bukan hanya kapasitas kognitif, melainkan juga disposisi yang diwujudkan melalui praktik tubuh yang berulang.

Tema Kedua: Pemaknaan Fotografi sebagai Medium Personal Branding

Konstruksi Identitas Visual di Media Sosial

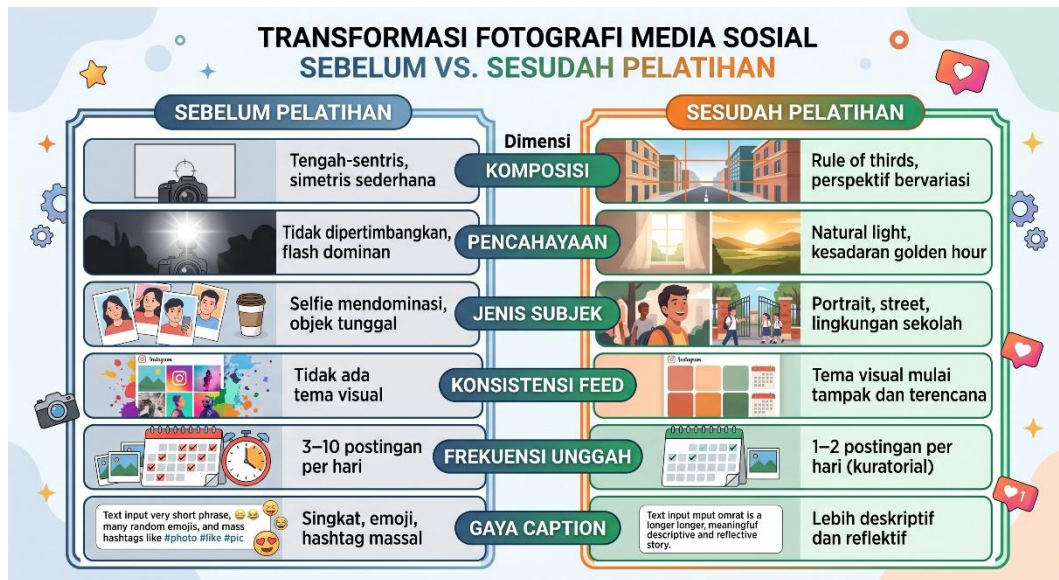
Ketika diskusi dalam wawancara bergeser dari pengalaman pelatihan menuju praktik media sosial, terlihat pergeseran *tone* yang menarik dalam narasi informan. Jika dalam konteks pelatihan mereka berbicara dengan semangat yang lepas dan reflektif, dalam konteks media sosial narasi mereka menjadi lebih kalkulatif dan strategis. S01, yang memiliki akun Instagram dengan sekitar 800 pengikut, mendeskripsikan proses kurasi konten yang cukup teliti:

“Sekarang saya sudah tidak sembarangan upload. Sebelum upload, saya edit dulu bukan cuma filter, tapi saya sesuaikan warna, brightness, saya pastikan konsisten sama foto-foto sebelumnya. Saya mau feed saya kelihatan punya tema. Karena kalau tidak konsisten, orang tidak akan follow.” (S01)

Pernyataan S01 ini secara tidak langsung mencerminkan pemahaman intuitif tentang konsistensi visual sebagai elemen kunci personal branding sesuatu yang dalam literatur branding profesional disebut sebagai *visual identity coherence* (Wheeler, 2017). Yang menarik, pemahaman ini tidak selalu diperoleh dari pelatihan secara eksplisit, tetapi juga dari pengamatan terhadap akun-akun yang mereka kagumi di media sosial. Ini menunjukkan bahwa pembelajaran visual terjadi melalui jalur formal maupun informal yang saling memperkuat.

Pergeseran Kualitas Visual Pasca-Pelatihan

Salah satu temuan yang paling substansif adalah kesadaran informan tentang pergeseran kualitas konten visual mereka setelah mengikuti pelatihan. Pergeseran ini bukan hanya dalam dimensi teknis, tetapi juga dalam dimensi naratif apa yang ingin disampaikan melalui foto tersebut. Analisis konten visual terhadap akun media sosial informan mengungkap pola yang konsisten: foto-foto pasca-pelatihan menunjukkan perhatian yang lebih besar terhadap pencahayaan alami, penggunaan ruang negatif yang lebih sadar, serta kecenderungan bereksperimen dengan sudut pandang yang tidak konvensional.



Gambar 2. Perbandingan Karakteristik Konten Visual Sebelum dan Sesudah Pelatihan

Sumber: Analisis konten visual akun informan siswa, 2025

G02, guru TIK yang secara rutin mengamati perkembangan unggahan siswa, merangkum pergeseran ini dengan tepat:

“Menarik yang saya lihat, setelah pelatihan itu, mereka jadi lebih selektif. Mereka tidak lagi upload 10 foto sehari. Mereka pilih 1 atau 2 yang benar-benar mereka rasa bagus. Itu sudah tanda literasi visual yang berkembang kemampuan untuk membuat keputusan kuratorial.” (G02)

Negosiasi antara Autentisitas dan Performativitas

Salah satu tegangan yang paling menarik yang teridentifikasi adalah negosiasi yang terus-menerus antara keinginan tampil autentik dan tekanan untuk tampil performatif di media sosial. S02 menggambarkan tegangan ini:

“Kalau di sekolah, kamu bisa bilang ‘ini aslinya saya’. Tapi di Instagram, ‘aslinya saya’ itu adalah versi saya yang sudah dipilih, sudah diedit, sudah dipikir-pikir. Apakah itu masih asli? Saya tidak tahu jawabannya.” (S02)

S06 mengungkapkan sisi lain dari tegangan ini dengan refleksi yang lebih matang:

“Kadang saya capek juga. Terasa kayak akting. Harus posting yang ini, harus kelihatan bahagia terus, harus estetik. Padahal ada hari-hari di mana saya tidak pengen foto-foto, tapi saya

merasa harus karena kalau tidak posting, engagement turun. Itu agak tidak sehat sebenarnya.” (S06)

Ambivalensi yang diungkapkan S06 ini mencerminkan apa yang oleh Hearn (2008) disebut sebagai paradoks personal branding di media sosial di mana dorongan untuk tampil autentik berbenturan dengan logika platform yang mendorong performativitas yang terkalkulasi dan konsisten. Duffy (2017) melihat fenomena serupa dalam praktik *content creation* dewasa, di mana para pekerja kreatif di media sosial sering mengalami tekanan untuk mempertahankan “keaslian” yang sesungguhnya dikerjakan secara sangat terencana.

Diferensiasi Platform: Instagram versus TikTok

Nuansa penting yang muncul dari analisis adalah perbedaan strategi visual yang diterapkan informan pada platform yang berbeda. Mayoritas informan mempertahankan “persona visual” yang berbeda antara Instagram dan TikTok sesuatu yang mengindikasikan pemahaman intuitif tentang perbedaan kultur dan audiens antarplatform. Instagram, dengan orientasi estetika berbasis foto dan feed yang terkurasi, diperlakukan sebagian besar informan sebagai portofolio visual ruang yang menampilkan versi diri yang lebih *polished* dan terencana. TikTok, sebaliknya, lebih sering digunakan untuk konten yang lebih spontan dan otentik.

“Di Instagram, saya lebih berpikir dua kali sebelum posting. Harus ada tema, harus enak dilihat. Di TikTok, saya lebih santai bisa langsung bikin video lucu waktu istirahat. Audiensnya beda, kebutuhannya beda.” (S05)

Temuan ini beresonansi dengan argumen Van Dijck, Poell, dan de Waal (2018) tentang bagaimana arsitektur teknis dan model bisnis platform yang berbeda menciptakan “budaya platform” yang berbeda pula sebuah realitas yang tampaknya sudah diinternalisasi secara intuitif oleh informan remaja, meskipun tanpa melalui proses analisis yang eksplisit. Burgess dan Green (2018) dalam kajian YouTube mereka juga menemukan dinamika serupa, di mana pengguna secara alami mengembangkan gaya produksi konten yang disesuaikan dengan norma estetika platform yang bersangkutan.

Tema Ketiga: Faktor Pendukung dan Hambatan

Faktor-Faktor Pendukung

Aksesibilitas Perangkat. Hampir semua informan siswa memiliki smartphone dengan kamera berkualitas memadai, dan ini secara signifikan menurunkan hambatan teknis untuk berlatih fotografi. S04 mencatat:

“Saya tidak perlu kamera mahal. HP saya sendiri sudah cukup untuk foto yang bagus, asalkan tahu caranya. Itu yang saya pelajari di pelatihan bukan soal alatnya, tapi soal cara melihatnya.” (S04)

Komunitas Belajar Sebaya. Terbentuknya grup pesan instan khusus peserta pelatihan yang aktif berbagi karya dan umpan balik menjadi wadah komunitas yang organik dan efektif. Komunitas daring ini tetap aktif bahkan setelah sesi pelatihan formal berakhir, menunjukkan bahwa ikatan komunitas yang terbentuk memiliki daya tahan yang melampaui program itu sendiri.

Motivasi Intrinsik dan Ekstrinsik yang Berpadu. Sebagian besar informan menunjukkan motivasi yang bersifat campuran didorong oleh kesenangan intrinsik dalam fotografi sekaligus oleh aspirasi ekstrinsik seperti pengakuan sosial dan peluang karier. Perpaduan motivasi ini tampaknya lebih efektif dalam mendorong keterlibatan jangka panjang.

Relevansi Konten dengan Kehidupan Sehari-hari. Materi pelatihan yang kontekstual menggunakan lingkungan sekolah dan kawasan Makassar seperti Losari, Pantai Akkarena, dan kawasan Fort Rotterdam sebagai objek foto meningkatkan keterlibatan siswa secara signifikan.

“Kalau materi pelatihannya soal foto pemandangan yang jauh-jauh, kita tidak bisa langsung praktikkan. Tapi karena objeknya di sekitar sekolah, di tempat yang kita kenal sendiri jadi terasa lebih dekat dan bisa langsung kita coba.” (S10)

Faktor-Faktor Penghambat

Keterbatasan Waktu dan Konflik Prioritas. Padatnya jadwal akademik SMA khususnya bagi siswa kelas XII yang sedang mempersiapkan ujian menjadi hambatan nyata dalam mengalokasikan waktu untuk berlatih fotografi. S06 mengakui bahwa menjelang ujian, ia hampir tidak membuka kamera ponselnya selama berminggu-minggu.

Tekanan Sosial dan Standar Estetis yang Tidak Realistis. Beberapa informan, khususnya siswi perempuan, mengungkapkan tekanan dari ekspektasi estetis di media sosial yang terasa tidak realistis.

“Ada satu foto yang saya upload, saya pikir sudah bagus secara teknis. Tapi ada komentar yang bilang ‘kok fotonya gelap-gelap?’ atau ‘mana senyumnya?’. Padahal itu memang style yang saya mau. Itu bikin saya tidak mau posting beberapa waktu.” (S09)

Absennya Panduan Etika Komunikasi Digital. Baik informan siswa maupun guru menyatakan bahwa pelatihan fotografi belum secara memadai mengintegrasikan panduan etika komunikasi digital. G01 secara khusus menyoroti kekosongan ini:

“Anak-anak diajari cara foto yang bagus, tapi belum terlalu diajari soal apa yang boleh dan tidak boleh diposting. Soal

privasi orang yang difoto, soal hak cipta, soal dampak konten terhadap orang lain. Ini menurut saya perlu ditambahkan.”
 (G01)

Tema Keempat: Kesadaran Etika Digital dan Literasi Kritis yang Embrional

Antara Hak Ekspresi dan Tanggung Jawab Representasi

Tema keempat yang muncul dari analisis dan yang paling menunjukkan potensi pengembangan ke depan adalah kemunculan kesadaran etika digital di kalangan informan, meskipun masih dalam bentuk yang belum terkristalisasi. Data dari berbagai sumber secara konsisten menunjukkan bahwa informan memiliki keresahan yang nyata tentang dimensi etis dari praktik visual di media sosial, namun belum memiliki kerangka yang memadai untuk mengolah keresahan tersebut menjadi tindakan yang terarah.

Dalam sesi-sesi fotografi *street* dan *portrait*, beberapa siswa menghadapi dilema yang nyata: mereka ingin menghasilkan foto yang “hidup” dan autentik, namun tidak yakin sejauh mana mereka berhak memotret seseorang tanpa sepengetahuan yang bersangkutan. Kegelisahan tentang hal ini tampak dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan siswa kepada instruktur selama sesi pelatihan, yang catatan lapangan peneliti dokumentasikan secara berulang: “Kalau mau foto orang di jalanan, harus minta izin dulu tidak? Bagaimana kalau objeknya lari atau tidak mau difoto?” dan “Boleh tidak foto teman tanpa bilang-bilang, terus diupload? Kan itu candid.”

Pertanyaan-pertanyaan ini mengindikasikan bahwa siswa memiliki kepekaan etis yang autentik hanya saja mereka tidak memiliki kerangka etis yang memadai untuk mengolah kepekaan tersebut menjadi tindakan yang terarah. G01 dan G02 mengakui bahwa pertanyaan-pertanyaan semacam ini sering melampaui kapasitas respons yang bisa mereka berikan dalam waktu yang tersedia selama pelatihan.

Hak Cipta Visual dalam Ekosistem Konten Digital

Aspek etika digital lain yang teridentifikasi dengan tingkat kesadaran yang lebih rendah adalah pemahaman tentang hak cipta dalam konteks konten visual digital. Sebagian informan mengakui pernah menggunakan gambar atau musik orang lain dalam konten mereka tanpa mempertimbangkan aspek lisensi.

“Dulu saya sering download foto orang dari Pinterest, terus saya jadikan referensi di caption. Atau musik dari YouTube yang langsung saya pakai. Saya tidak pernah pikir soal hak cipta. Sekarang setelah pelatihan, saya mulai sadar itu tidak boleh sembarangan.” (S07)

Pengakuan S07 ini mencerminkan kesenjangan yang umum antara praktik dan kesadaran normatif di kalangan pengguna muda media sosial. Duffy (2017) dalam kajiannya tentang *aspirational labor* di platform digital mencatat bahwa praktik

“pinjam pakai” konten orang lain sudah begitu dinormalisasi dalam ekosistem media sosial sehingga pengguna muda sering kali tidak mengenalinya sebagai tindakan yang bermasalah secara etis hingga mereka dihadapkan langsung dengan konsekuensinya.

Implikasi bagi Pengembangan Program Literasi Visual

Temuan ini memperkuat rekomendasi tentang perlunya integrasi eksplisit panduan etika komunikasi digital dalam program pelatihan fotografi. Namun lebih dari sekadar daftar larangan dan kebolehan, yang dibutuhkan adalah pendekatan pendidikan etika yang mengembangkan kapasitas pertimbangan moral siswa kemampuan untuk menganalisis situasi komunikasi yang kompleks dan ambigu, mempertimbangkan dampak terhadap berbagai pihak yang terlibat, dan membuat keputusan yang terinformasi. Rose (2016) berargumen bahwa literasi visual yang komprehensif harus mencakup dimensi etis sebagai komponen yang tidak dapat dipisahkan karena setiap tindakan produksi pesan visual adalah tindakan komunikasi yang memiliki dampak sosial dan moral.

Dalam konteks pelatihan fotografi untuk remaja, hal ini berarti pelajaran tentang komposisi dan pencahayaan harus selalu disertai dengan refleksi tentang: untuk apa foto ini dibuat, siapa yang terdampak oleh unggahannya, dan apa yang tidak terlihat dalam bingkai yang dipilih. Integrasi dimensi etika ini tidak hanya akan membuat program lebih komprehensif, tetapi juga akan mempersiapkan siswa untuk menjadi komunikator visual yang bertanggung jawab dalam jangka panjang sebuah kapasitas yang nilai manfaatnya jauh melampaui konteks pelatihan yang formal.

Pembahasan Integratif

Keempat tema yang teridentifikasi di atas saling berkaitan dalam sebuah narasi yang koheren tentang bagaimana literasi visual berkembang melalui praktik fotografi dan bagaimana perkembangan tersebut berinteraksi dengan dinamika identitas digital remaja. Temuan penelitian ini mengkonfirmasi dan sekaligus memperluas argumen Duncum (2010) tentang pendidikan literasi visual. Jika Duncum menekankan pentingnya keterlibatan aktif dengan citra visual sehari-hari, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keterlibatan aktif saja tidak cukup ia perlu didampingi oleh refleksi kritis, interaksi sosial yang konstruktif, konteks yang bermakna, dan orientasi etis yang terstruktur.

Dari perspektif Goffman (1959), praktik personal branding yang dilakukan siswa di media sosial dapat dipahami sebagai bentuk *impression management* yang semakin canggih sebuah orkestrasi presentasi diri yang melibatkan pemilihan kostum visual (editing dan filter), pemilihan panggung (waktu dan platform unggahan), dan pengelolaan audiens. Pelatihan fotografi, dalam kerangka ini, tidak hanya mengajarkan teknik, tetapi juga mempertajam kemampuan siswa dalam mengelola drama presentasi diri mereka secara lebih sadar dan strategis. Rose (2016) menambahkan bahwa dalam era digital, pengelolaan kesan ini tidak bisa dilepaskan dari pemahaman tentang “audiens terbayang” siapa yang akan melihat konten kita dan bagaimana mereka akan menginterpretasikannya sebuah

kompetensi yang berkembang secara signifikan melalui pelatihan fotografi yang reflektif.

Temuan terkait tema keempat tentang etika digital yang embrional menambahkan dimensi kritis yang penting pada keseluruhan narasi. Kapasitas teknis dan estetis yang berkembang tanpa diiringi oleh orientasi etis yang kokoh bisa menjadi pedang bermata dua. Remaja yang semakin terampil memproduksi konten visual namun belum memiliki kerangka etis yang memadai adalah subjek yang rentan baik sebagai pelaku yang tanpa sadar melanggar hak orang lain, maupun sebagai korban yang privasi dan integritas visualnya dapat dengan mudah dieksploitasi.

Dalam kerangka modal visual yang diturunkan dari Bourdieu (1984), temuan penelitian ini menunjukkan bahwa modal visual yang diakumulasi melalui pelatihan bukan hanya menghasilkan kapasitas teknis yang dapat dikonversi menjadi pengakuan sosial, tetapi juga menghasilkan semacam habitus visual disposisi untuk melihat dan memproduksi dunia secara visual dengan cara-cara tertentu yang telah diinternalisasi melalui praktik. Habitus ini, sekali terbentuk, menjadi bagian dari cara siswa memandang dan berinteraksi dengan dunia, jauh melampaui konteks pelatihan formal. Keberhasilan program serupa ke depan sangat bergantung pada kemampuan perancangannya untuk memahami dan memfasilitasi pembentukan habitus visual yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga kritis dan etis secara komunikatif.

KESIMPULAN

Penelitian ini telah mengeksplorasi secara mendalam bagaimana literasi visual melalui fotografi berperan dalam pembentukan personal branding siswa SMA Negeri 23 Makassar di media sosial, dan menghasilkan empat tema utama yang secara bersama-sama memberikan gambaran yang kaya tentang proses transformatif yang dialami siswa, cara mereka memaknai fotografi dalam konteks identitas digital, dinamika faktor-faktor yang memengaruhi praktik tersebut, serta kemunculan kesadaran etika digital yang embrional. Pertama, pelatihan fotografi yang terstruktur dan kontekstual mampu menghasilkan transformasi dalam cara siswa melihat dan berinteraksi dengan dunia visual; transformasi ini tidak bersifat instan dan linear, melainkan melalui tahap kesadaran, frustrasi, terobosan, dan internalisasi yang pada akhirnya menghasilkan peningkatan literasi visual yang terukur melalui karya-karya foto pasca-pelatihan, sementara dimensi kinestetik dari proses belajar memotret aspek yang sering diabaikan dalam kajian pedagogi visual ternyata memainkan peran penting dalam pembentukan investasi emosional dan komitmen terhadap kualitas karya. Kedua, siswa memaknai fotografi sebagai alat yang kuat untuk membangun dan mengelola identitas digital mereka, meski dengan cara yang berbeda-beda tergantung aspirasi, nilai-nilai pribadi, dan posisi sosial masing-masing; pemaknaan ini berada dalam tegangan yang produktif antara keinginan autentisitas dan tekanan performativitas sebuah tegangan yang sesungguhnya adalah cermin dari kompleksitas identitas manusia dalam kondisi modernitas digital, dan diferensiasi strategi antara Instagram dan TikTok menunjukkan bahwa siswa sudah mengembangkan pemahaman intuitif tentang

logika platform yang berbeda. Ketiga, keberlanjutan penerapan keterampilan fotografi dalam konteks personal branding digital sangat bergantung pada interaksi kompleks antara faktor-faktor pendukung dan hambatan; aksesibilitas teknologi ponsel dan komunitas belajar sebaya adalah dua aset terbesar yang perlu dimanfaatkan secara optimal, sementara konflik prioritas akademis dan tekanan estetis media sosial yang tidak realistis adalah dua hambatan yang memerlukan respons terstruktur. Keempat, kemunculan kesadaran etika digital yang embrional menunjukkan bahwa siswa memiliki kepekaan moral yang autentik, namun belum dilengkapi dengan kerangka etis yang memadai, dan ini adalah celah yang paling mendesak untuk diisi dalam program pelatihan fotografi serupa ke depannya. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi dalam beberapa hal: penelitian ini mengelaborasi konsep literasi visual dalam konteks budaya digital Indonesia yang spesifik menunjukkan bahwa literasi visual adalah kapasitas yang dibentuk dan dimaknai dalam situasi sosio-kultural yang konkret, bukan kompetensi universal yang bersifat konteks-netral, dan penelitian ini turut memperkaya aplikasi teori presentasi diri Goffman dalam konteks media sosial dengan menambahkan dimensi platform logic dari Van Dijck dkk., yang menunjukkan bahwa pengelolaan kesan di media sosial tidak dapat dipahami hanya melalui kacamata interaksionisme simbolik semata. Dari sisi praktis, penelitian ini merekomendasikan empat arah pengembangan, yaitu integrasi panduan etika komunikasi digital yang komprehensif ke dalam setiap program pelatihan fotografi untuk remaja bukan sebagai sesi tambahan, melainkan sebagai benang merah yang menghubungkan seluruh materi; pengembangan modul kurikulum literasi visual berbasis proyek autentik yang memberi siswa otonomi kreatif yang sesungguhnya; pembentukan komunitas belajar visual yang berkelanjutan pasca-program melalui klub fotografi sekolah, platform daring komunitas, maupun jaringan mentor-mentee dengan fotografer profesional lokal; serta penyediaan akses terhadap peralatan pendukung sederhana yang dapat memperluas kapasitas teknis siswa tanpa menambah beban finansial. Keterbatasan penelitian ini mencakup cakupan yang terbatas pada satu sekolah di Makassar, periode penelitian yang relatif singkat sehingga tidak memungkinkan pengamatan perubahan jangka panjang, potensi bias desirabilitas sosial dalam wawancara mengingat sebagian informan adalah peserta program yang diinisiasi oleh peneliti, serta keterbatasan akses terhadap data analitik media sosial yang lebih komprehensif, sehingga studi komparatif di berbagai sekolah, penelitian longitudinal, dan penelitian tindakan partisipatif yang melibatkan siswa sebagai ko-peneliti menjadi tiga arah penelitian lanjutan yang paling direkomendasikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding the new influencers*. Emerald Publishing.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Laporan survei pengguna internet Indonesia 2024*. APJII.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2022). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture* (2nd ed.). Polity Press.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (Eds.). (2018). *The SAGE handbook of qualitative research* (5th ed.). SAGE Publications.
- Duffy, B. E. (2017). *(Not) getting paid to do what you love: Gender, social media, and aspirational work*. Yale University Press.
- Marwick, A. (2015). *Status update: Celebrity, publicity, and branding in the social media age*. Yale University Press.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative research: A guide to design and implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Mirzoeff, N. (2016). *How to see the world*. Basic Books.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi revisi). PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi* (Edisi 2). Simbiosis Rekatama Media.
- Pink, S. (2021). *Doing visual ethnography* (4th ed.). SAGE Publications.
- Rose, G. (2016). *Visual methodologies: An introduction to researching with visual materials* (4th ed.). SAGE Publications.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (3rd ed.). Alfabeta.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy and completely unprepared for adulthood*. Atria Books.
- van Dijck, J., Poell, T., & de Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Wheeler, A. (2017). *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). John Wiley & Sons.