

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Penelitian ini berfokus kepada fenomena selfie di kalangan masyarakat arab di Surabaya. Dimana peneliti melihat adanya kecenderungan untuk melakukan *duck face selfie* baik laki-laki, perempuan, anak-anak, hingga dewasa. Sehingga membuat fenomena tersebut menarik bagi peneliti. Perkembangan teknologi komunikasi masyarakat, penggunaan selfie di media sosial sebagai bentuk aktualisasi diri membuat media sosial ramai digunakan oleh masyarakat, mulai dari anak-anak, remaja, hingga orang dewasa.

Keberadaan media sosial memberikan kontribusi dalam kemunculan budaya baru seperti meme, demokrasi *digital*, *fan culture*, dan *selfie* (Ikhsan dan Pranata, 2018). *Selfie* merupakan bentuk komunikasi non-verbal dimana penyampaian pesan lebih ditunjukkan menggunakan tanda-tanda dari sebuah ekspresi dalam foto. Selain itu, *selfie* merupakan foto hasil memotret diri sendiri dengan menggunakan kamera *smartphone* atau *webcam* yang akan dibagikan kepada orang lain melalui akun media sosial.

Menurut Raditya (2014) mengungkapkan bahwa *selfie* merupakan bagian dari seni, sementara media sosial sebagai ranah eksistensi. Oleh karena itu, media sosial memiliki peranan cukup besar dalam mendukung praktek *selfie*. Tindakan *selfie* dan mengunggah foto merupakan korelasi yang tidak dapat dipisahkan, yang tujuannya tidak lain adalah demi sebuah eksistensi.

Menurut Siregar (2018), *selfie* dapat dikategorikan menjadi tiga yaitu *selfie* sendiri, *selfie* bersama pasangan dan *selfie* bersama teman-teman maupun komunitas. Adapun jenis-jenis foto *selfie* yang paling sering dilakukan oleh pengguna media sosial yaitu *Selfie* di depan cermin (biasanya dilakukan di cermin besar di toilet umum seperti mall, hotel, dan lain-lainnya), *selfie* dengan latar belakang (*selfie* yang dilakukan di lokasi wisata seperti pantai dan gunung, momen acara tertentu), *selfie* dengan posisi tubuh yang sempurna (*selfie* ini dilakukan oleh individu yang memiliki bentuk otot yang bagus, perut *six pack*, dan lainnya), *selfie duck face*

(memonyongkan bibir dan biasanya sering dilakukan oleh para remaja, dan *selfie* dengan permainan cahaya (*selfie* akan menimbulkan efek tertentu pada foto sehingga membuat foto lebih bagus dan artistik).

Pew Research Center juga menyatakan hasil penelitiannya bahwa perempuan lebih sering *upload* foto *selfie* di jejaring sosial dibandingkan dengan laki – laki, perbandingannya adalah 68% dan 42% . Kecenderungan *upload* foto ke media sosial bagi perempuan dikarenakan perempuan lebih memperhatikan penampilan fisik mereka sehingga cenderung bagi mereka untuk berbagi foto secara *online* dibandingkan dengan laki – laki (Purwati, 2015).

Berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh Suk (2014) dalam Nurdiana (2018) menunjukkan bahwa sebanyak 40% dari kelompok usia 18-35 tahun mengatakan bahwa mereka memposting setidaknya satu *selfie* perminggu dan sebanyak 36% nya melakukan manipulasi foto dengan mengedit foto agar terlihat sempurna sebelum diposting ke media sosial. Dengan begitu jumlah *selfie* akan terus meningkat sebanyak 14%. *Selfie* paling banyak diposting ke facebook (48%), melalui pesan teks (27%), twitter (9%), dan instagram (8%). Angka-angka ini berbicara mengenai dampak mendalam terhadap pengalaman seseorang dalam menggunakan fasilitas media sosial.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang paling banyak digemari dan digunakan oleh masyarakat, khususnya di Indonesia. Hal ini disebabkan karena *instagram* merupakan media sosial yang membantu penggunanya dalam membagikan foto atau video kepada khalayak ramai. Selain itu, *instagram* juga memiliki berbagai macam fitur yang dapat digunakan oleh penggunanya seperti fitur *live*, fitur filter digital foto, fitur *share location*, fitur *stories*, dan fitur-fitur lainnya. Berdasarkan data tahun 2017, yang dikutip dari *infokomputer.com* (8 November 2017) diketahui bahwa secara global terdapat 700.000.000 juta pengguna aktif *instagram*. Sedangkan di Indonesia, data menunjukkan bahwa pada triwulan pertama 2017 terdapat 45.000.000 juta pengguna aktif *instagram*, jumlah pengguna ini meningkat dua kali lipat dari 22.000.000 juta orang pada awal tahun lalu. Pengguna *instagram* di Indonesia merupakan komunitas terbanyak di Asia Pasifik dan masuk ke dalam lima besar negara yang paling sering menggunakan *instagram* bersama dengan Amerika Serikat, Brazil, Inggris dan Rusia.

Instagram yang menggunakan gambar sebagai konten utamanya membuat para penggunanya lebih leluasa dalam berbagi konten dibawah kontrol kebijakan yang dimiliki oleh Instagram. Kemudahan dalam memperindah hasil foto yang dapat memilih filter yang disajikan membuat pengguna lebih sering menunjukkan keberadaan dirinya kepada orang lain melalui foto yang diunggah di *Instagram*. Selain filter, terdapat fitur seperti pengikut/followers, unggah foto, camera, *effect photo 's*, judul foto/nama foto, arroba (et / @), label foto, contest, publikasi kegiatan sosial (# / hastag), publikasi organisasi, geotagging, jejaring sosial, tanda suka (*like*). Dengan adanya fitur *like* atau penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang diunggah, menjadikan hasil foto tersebut sebagai bentuk ingin diakuinya pengguna oleh pengguna lainnya. Hal tersebut merupakan salah satu yang mempengaruhi kepopuleran pengguna.

Menurut Nurdiana (2018), menyatakan bahwa dalam konteks fenomenologis Alfred Schutz, menjelaskan bagaimana memahami tindakan sosial yang berorientasi pada perilaku seseorang pada masa lalu, sekarang dan akan datang (merujuk pada tindakan sosial berdasarkan pengalaman, makna, dan kesadaran). Seseorang yang melakukan tindakan *selfie duck face* setidaknya memiliki dua motif, yang pertama berorientasi ke masa depan (*in order to motive*) yaitu apa yang diharapkan dari kegiatan *selfie duck face*. Kedua, berorientasi pada masa lalu, yaitu alasannya di masa lalu yang membuatnya melakukan *selfie duck face*.

Fokus dari penelitian ini merupakan fenomena *selfie* dan etnisitas, yaitu kalangan Arab di Surabaya. Berkaitan dengan fenomena selfie yang telah dijabarkan sebelumnya tentang media sosial dan juga penggunaannya bagi masyarakat. Terutama penggunaan selfie dalam media sosial Instagram sebagai proses kreatif dalam membentuk identitas diri untuk menunjukkan eksistensi bagi seseorang berupa unggahan foto diri pribadi mereka. Maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang mengangkat permasalahan tentang kalangan Arab yang berbagi foto *selfie duck face*. Dalam penelitian ini tentunya dipengaruhi berbagai hal untuk seseorang melakukan *selfie duck face*, terutama pada masyarakat arab di Surabaya yang di pilih menjadi subjek penelitian.

1.2 Rumusan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah berikut :

1. Bagaimana persepsi masyarakat Arab terhadap fungsi media sosial?
2. Bagaimana persepsi masyarakat Arab terhadap budaya selfie ?
3. Bagaimana persepsi masyarakat Arab terhadap Selfie *duck face* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : untuk mengetahui persepsi masyarakat Arab di Surabaya mengenai aktivitas selfie dan *duckface*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan nantinya dapat menjadi sumbangan informasi khususnya ilmu komunikasi.
2. Sebagai bahan perbandingan bagi penelitian-penelitian sebelumnya.

1.5 Tinjauan Pustaka

1.5.1 Fenomena Selfie dan Budaya Populer

Menurut Will Nicholls dalam Petapixel.com (2018) Kata “Selfie” berawal pada september 2002 di sebuah forum online di Australia dimana seorang pria bernama Hopey mengirimkan sebuah foto yang tidak fokus dan mengatakan “ *Sorry about the focus, it was a selfie*” yang kemudian menyatakan bahwa bukan dia yang membuat kata-kata tersebut melainkan hal tersebut sudah ada sebelumnya. Selfie atau memotret diri sendiri untuk kemudian mengunggahnya ke jejaring sosial saat ini menjadi bagian dari gaya hidup. Bahkan, istilah selfie kini sudah masuk dalam kamus dan ditempatkan sebagai *Oxford English Dictionary’s 2013 Word of The Year*. Perilaku narsisme di media sosial ini pun sudah berlaku universal. Tidak hanya masyarakat biasa, kalangan elite seperti presiden, pejabat, dan selebriti pun sudah mengikuti perilaku ini. Survey dari Pew Internet dan *American Life Project* menyatakan, 54% pengguna internet punya kebiasaan mengunggah potret dirinya ke Instagram, Facebook, Twitter, Path dan jejaring sosial lainnya. (Health.kompas.com/read/2013).

Menurut psikolog dan direktur Media *Psychology Research Center*, Dr Pamela Rutledge mengatakan keinginan memotret, mem-posting, dan mendapatkan “likes” dari situs jejaring

sosial merupakan hal yang wajar pada setiap orang. keinginan ini dipengaruhi rasa kita pada hubungan sosial. Hal ini sebetulnya sama dengan saat orang mengatakan betapa bagus baju yang kita kenakan. Secara biologis, pengakuan sosial merupakan kebutuhan, bahkan ada area otak yang dikhususkan untuk aktivitas sosial.

Trend selfie atau fenomena selfie tidak hanya baru-baru ini terjadi. Hanya, gaya atau posenya saja yang lebih dieksplorasi. Sebelumnya, pada tahun 1900 foto diri sendiri sudah dilakukan sejak munculnya kamera *Boks Kodak Brownie*. Sebenarnya kata selfie sudah ada sejak tahun 2002, dikutip dari definisikata.com kata selfie secara harfiah seringkali diartikan sebagai aktivitas memotret diri sendiri atau atau narsisme. Jika ditelusuri lebih dalam pengertian selfie menurut Pustakawan Britania adalah sebuah pengambilan foto diri sendiri melalui *smartphone* atau *webcam* yang kemudian diunggah ke situs web media sosial.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa selfie adalah jenis foto potret diri yang diambil sendiri dengan menggunakan kamera digital atau kamera telepon (HP). Foto narsis sering dikaitkan dengan narsisisme, terutama dalam jejaring sosial.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Aktivitas artinya adalah “kegiatan atau keaktifan”. W.J.S. Poewadarminto menjelaskan aktivitas sebagai suatu kegiatan atau kesibukan. S. Nasution menambahkan bahwa aktivitas merupakan keaktifan jasmani dan rohani dan kedua-keduanya harus dihubungkan. Aktivitas artinya “kegiatan atau keaktifan”. Jadi segala sesuatu yang dilakukan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi baik fisik maupun non-fisik merupakan suatu aktivitas (Mulyono 2001 : 26).

Pada pokoknya, menyibukkan diri dengan masalah kegiatan psikis, seperti berpikir, belajar, menanggapi, mencintai, membenci dan lain-lain. Macam-macam kegiatan psikis pada umumnya dibagi menjadi 4 kategori, yaitu: 1) pengenalan atau kognisi, 2) perasaan atau emosi, 3) kemauan atau konasi, 4) gejala campuran. Namun hendaknya jangan dilupakan, bahwa setiap aktivitas psikis/jiwani itu pada waktu yang sama juga merupakan aktifitas fisik atau jasmani. Pada semua kegiatan jasmaniah kita, otak dan perasaan selalu ikut berperan; juga alat indera dan otot-otot ikut mengambil bagian didalamnya. Dari uraian diatas, dapat di simpulkan bahwa aktivitas selfie menurut peneliti yaitu kegiatan memotret diri sendiri tanpa bantuan orang lain untuk memotretnya dengan melibatkan psikis/jiwani itu pada waktu yang sama juga merupakan aktifitas fisik/jasmani.

Menurut Will Nicholls dalam Petapixel.com (2018) Kata “Selfie” berawal pada september 2002 di sebuah forum online di Australia dimana seorang pria bernama Hopey mengirimkan sebuah foto yang tidak fokus dan mengatakan “ *Sorry about the focus, it was a selfie*” yang kemudian menyatakan bahwa bukan dia yang membuat kata-kata tersebut melainkan hal tersebut sudah ada sebelumnya.

Menurut Theresa dan Nancy (2015), wacana tentang budaya selfie masih cenderung ekstrem. Karena setiap bulan akan bermunculan berita yang menghubungkan pengambilan foto narsis ke kondisi mental yang membahayakan seperti narsisisme (Nauert, 2015), *Body Dysmorphic Disorder* (Mckay, 2014), hingga psikosis (Gregoire, 2015).

Selfie pun turut disalahkan karena memiliki dampak dalam membahayakan nyawa, seperti kecelakaan yang disebabkan oleh terlalu asyik dengan kamera di sekitan orang lain (Hughes, 2015). Untuk beberapa alasan, pemasar peralatan elektronik cenderung menggunakan “Selfie” sebagai indikator bahwa seseorang masih muda, menyenangkan, dan terhubung satu sama lain.

Alicia Eler, dalam bukunya yang berjudul *The Selfie generations* (2017) menyatakan bahwa selfie dapat diartikan menjadi dua, yang pertama sebagai kata kerja sebagai tindakan mengambil gambar diri sendiri menggunakan kamera, yang ke-dua, selfie sebagai kata benda, merupakan gambar dengan wajah menggunakan kamera *handphone* yang menghadap kedepan. Dalam dunia selfie sendiri terbagi menjadi 2 budaya, yang pertama adalah adanya selfie yang dikenali sebagai penandaan diri secara aestetis yang biasanya dilakukan dengan selfie lengan panjang (memperlihatkan lengan), *duck face* (memajukan bibir), tatapan anak kucing, *bathroom mirror selfie* (selfie di kaca kamar mandi), selfie setelah sex, *survival selfie* (selfie bertahan hidup), *#wokeplikethis* (selfie yang dilakukan diatas tempat tidur), *gym selfie* (selfie di tempat kebugaran), dan masih banyak lagi. Yang ke-dua merupakan selfie yang tidak dikenali, bertujuan untuk menyembunyikan wajah atau hal lainnya dengan cara mengambil gambar selfie sangat dekat ke wajah.

Eler (2017) mengatakan bahwa seseorang mengambil foto selfie untuk beberapa alasan diantaranya adalah: untuk melihat penampilannya (baik untuk disimpan sendiri maupun untuk dibagikan melalui media sosial), dan untuk mencari suatu validasi terhadap dirinya. Apabila dihitung secara gamblang, lebih banyak foto selfie yang tidak disebar oleh

seseorang dan hanya disimpan didalam galeri *handphone*. Foto-foto tersebut dapat menjadi suatu patokan atas momen refleksi diri individu.

Selfie secara global memang dianggap sebagai suatu yang menyenangkan karena memudahkan seseorang dalam mengabadikan suatu momen secara individu maupun kelompok. Untuk seseorang yang suka untuk melakukan foto selfie, menemukan *angle* dan pencahayaan yang tepat merupakan suatu hal yang bagus, karena dapat membuat seseorang yang terlihat biasa saja di dunia nyata, dapat terlihat sempurna dengan sedikit otak-atik dari aplikasi penyunting gambar. Tidak berhenti sampai disitu, penemuan kaca kamar mandi yang bagus juga menjadi hal tersendiri untuk dapat melakukan *bathroom selfie*.

Husni (2019) menyatakan bahwa selfie merupakan sebuah bentuk aktualisasi diri yang memiliki nilai positif apabila memiliki nilai seni yang tinggi, tetapi dapat menjadi suatu yang negatif apabila seseorang sudah mengalami kecanduan terhadap kegiatan selfie tersebut, kecanduan pada kegiatan selfie akan mengarah kepada kecenderungan gangguan narsistik.

1.5.2 Budaya Selfie di Indonesia

Perkembangan teknologi komunikasi masyarakat di Indonesia telah berkembang dengan sangat pesat terutama dengan berkembangnya telepon pintar dengan banyak sekali fitur-fitur pendukung. Keberadaan kamera yang menghadap ke depan membuat kegiatan selfie semakin mudah, karena selfie yang memiliki kegunaan sebagai media aktualisasi diri.

Di Indonesia, selfie menjadi sebuah bentuk wisata tersendiri seperti yang banyak terjadi di kawasan wisata Jogjakarta. Temuan bahwa foto selfie di tempat wisata menjadi sebuah tren dimana para wisatawan turut menjadi bagian dalam mempromosikan tempat wisata tersebut meski pihak manajemen yang mengatur wisata tersebut tidak mempromosikan wisata tersebut (Yuniarso et al. 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ikhsan dan Pranata (2018) terdapat tiga hal yang menjadi motif mahasiswa anggota GUC (Group UNP Cantik) dalam berbagi selfie dengan menampilkan beragam ekspresi adalah mendapatkan kepuasan diri dan hiburan, membangun citra diri, dan Menarik perhatian orang lain. Motif-motif tersebut tidak hanya ditujukan untuk diri mereka, namun juga ditujukan kepada khalayak. Dimana motif-motif tersebut termanifestasi melalui ekspresi, latar belakang, dan atribut yang dikenakan,

dimana hal tersebut tersirat pesan-pesan non-verbal yang hendak disampaikan kepada khalayak.

1.5.3 *Duckface and Beauty Standard*

Media sosial memiliki banyak pengaruh terhadap standar kecantikan, menurut KBBI (kamus besar bahasa Indonesia), standar merupakan “ukuran tertentu yang digunakan sebagai suatu patokan” sedangkan kecantikan diartikan sebagai “keelokan (tentang wajah)” sehingga standar kecantikan dapat diartikan sebagai suatu ukuran keelokan wajah seseorang. Oxford *english dictionary* mengartikan “*beauty*” sebagai “*A combination of qualities, such as shape, colour, or form, that please the aesthetic senses, especially the sight*” atau “kombinasi kualitas, seperti bentuk, warna, rupa, yang menyenangkan indera pengelihatan”. Media sosial tidak hanya mempengaruhi standar kecantikan semata, tetapi menormalisasi masyarakat dalam budaya kritik kecantikan wanita yang wajib untuk dilakukan terhadap tubuh mereka.

In our culture, not one part of a woman body is left untouched, unaltered. No feature or extremity is spared the art, or pain, improvement. Hair is dyed, lacquered, straightened, permanented; eyebrows are plucked, penciled, dyed; eyes are lined, mascaraed, shadowed; lashed are curled, false-from head to toe, every feature of a woman's face, every section of her body, is subject to modification, alteration. (Jeffreys, 2015)

Duckface atau pose foto dengan memajukan bibir sangat populer dalam dunia foto selfie, pose ini sering dikaitkan dengan kebodohan, tetapi pose tersebut juga dapat menandakan keramahan (Canry 2012 dalam Forman 2012). Menurut Simatupang (2014), dalam penelitiannya mengatakan bahwa pose andalan saat melakuakn selfie adalah ekspresi wajah bebek atau lebih dikenal dengan istilah duck face, yakni memanyunkan bibir dan menyipitkan mata agar terlihat menggemaskan dan imut.

1.5.4 **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Fritta Faulina Simatupang dengan judul “fenomena *selfie (self portrait)* di *instagram* (studi Fenomenologi Pada Remaja Di Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru) Ketika melakukan *selfie (self portrait)* dan mengunggahnya ke *instagram*, remaja Kelurahan Simpang Baru Pekanbaru memiliki 2 konsep diri yang berbeda, dimana konsep diri tersebut dilihat dari cara mereka memandang diri sendiri. Seperti, ketika mereka memiliki konsep diri positif mereka akan merasa percaya diri dengan penampilannya dan menerima diri mereka

apa adanya. Namun, ketika mereka memiliki konsep diri negatif, mereka merasa tidak puas atau tidak percaya diri dengan penampilan mereka. Remaja Kelurahan Simpang Baru memiliki motif tersendiri yang hampir sama. Dipengaruhi oleh 2 jenis motif, yaitu motif masa lalu dan motif masa akan datang. Dimana, motif-motif tersebut mendorong para remaja untuk melakukan *selfie* (*self portrait*) dan mengunggahnya ke *instagram* agar mendapatkan apa yang menjadi tujuan mereka dalam melakukan kegiatan tersebut. Aktivitas atau kegiatan *selfie* (*self portrait*) yang diunggah ke *instagram* membuat remaja Kelurahan Simpang Baru memiliki identitas tertentu berdasarkan kategori tertentu. (Frita, 2015)

Penelitian Puji Purwati dengan judul “fenomena selfie kalangan remaja perempuan di *instagram* menyimpulkan dengan hasil penelitiannya. Remaja perempuan pelaku *selfie* memiliki alasan yang beragam ketika mereka melakukan *selfie*, namun alasan serta motivasi yang paling krusial adalah karena mereka ingin menunjukkan penampilan fisik dihadapan orang lain dengan tujuan untuk mendapatkan penilaian–penilaian positif akan kecantikan fisik yang dimilikinya. Hal tersebut dapat dilihat dari pemilihan pose–pose favorit yang mereka gunakan untuk ber-*selfie*. Ada penemuan menarik yang hasilnya membuktikan bahwa sebagian remaja perempuan yang pada kehidupan sehari–harinya dikatakan bukanlah sebagai perempuan yang dinilai cantik oleh orang lain, justru mereka lebih percaya diri mengenai kecantikan atau penampilan fisik yang dimilikinya, sehingga tercermin bahwa mereka memiliki konsep diri yang positif. Dari fenomena *selfie*, konsep diri positif remaja perempuan dapat terlihat dari aktivitas yang mereka lakukan saat sebelum melakukan *selfie* yaitu mereka tidak mengedit foto *selfie* yang dimilikinya secara berlebihan seperti merubah tampilan wajah atau tubuhnya, yang di edit oleh mereka adalah pencahayaan atau untuk sekedar menambah aksesoris pada fotonya saja, supaya fotonya terlihat lebih banyak variasi dan mereka pun mampu menilai penampilan fisik mereka serta menilai orang lain secara positif dan terbuka. Sedangkan remaja perempuan yang sebenarnya sering dikatakan cantik dan sering mendapatkan pujian dari orang lain akan kecantikan fisiknya, justru dia memiliki kepercayaan diri yang lebih rendah dan konsep diri yang negatif. Dari fenomena *selfie*, konsep diri negatif ditunjukkan dengan bagaimana remaja perempuan menilai penampilan fisiknya sendiri, yang hasilnya ternyata membuktikan bahwa dia tidak bisa menghargai diri sendiri, dan cenderung menilai penampilan fisik yang dimiliki secara negatif ditambah lagi

dengan perasaan iri sehingga membuat remaja perempuan membanding-bandingkan penampilan fisiknya sendiri dengan penampilan fisik perempuan yang lain. Dibenaknya selalu ada perasaan tidak puas akan penampilan fisik atau kecantikan yang dimilikinya.

Adapun perbedaan dengan penelitian saya adalah informan yang berbeda, kemudian saya melakukan penelitian mengenai trend selfie kalangan arab di Surabaya. Saya akan meneliti sebuah factor yang melatar belakangi mereka melakukan *selfie duck face*.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode yang menafsirkan fenomena yang terjadi dimana peneliti melakukan pengambilan data kemudian menggunakan teknik triangulasi (gabungan) (Anggito dan Setiawan, 2018).

1.6.2 Teknik Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono 2016, *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan atau syarat tertentu. Informan dalam penelitian ini yaitu memenuhi beberapa syarat, antara lain:

1. Merupakan keturunan Arab yang tinggal di Surabaya
2. Memiliki media sosial
3. Memiliki foto selfie *duck face*

1.6.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan wawancara semi terstruktur. Wawancara semi terstruktur tersebut dilakukan karena proses penyaluran informasi dari narasumber dapat lebih sistematis, terencana, dan sesuai dengan pembahasan penelitian sehingga data yang diperoleh lebih akurat.

1.6.4 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi transdental Alfred Schutz dengan menjelaskan atau mengungkap makna konsep atau fenomena pengalaman yang

didasari oleh kesadaran yang terjadi pada masa lalu, sekarang dan akan datang pada beberapa individu, yang dalam hal ini adalah masyarakat Arab yang tinggal di Surabaya. Menurut Raco (2010) dalam Wulansari (2019), pendekatan fenomenologi bertujuan untuk mencari hakikat atau esensi dari pengalaman.

Peneliti yang menggunakan metode fenomenologi harus mendekati objek penelitiannya dengan pikiran polos tanpa asumsi, praduga, prasangka ataupun konsep sehingga peneliti membiarkan partisipan mengungkap pengalamannya dan peneliti dapat menyimpulkan asumsi, pandangan dan konsep yang dari pengalaman tersebut (Sugiono dkk, 2018).