

Karakteristik Spot Selfie Pada Kafe Sebagai Bentuk Aktualisasi Diri Remaja di Jabodetabek = Characteristics of Selfie Spots in Cafes as a Form of Self-Actualization of Teenagers in Jabodetabek

Maya Talitha Az Zahra, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920529497&lokasi=lokal>

Abstrak

Maraknya kemunculan kafe di perkotaan kini telah menjadikan kegiatan nongkrong atau hangout di kafe sebagai gaya hidup yang sangat digemari oleh para remaja, khususnya di wilayah Jabodetabek. Beragamnya kafe yang tersebar di wilayah Jabodetabek dengan segala fasilitasnya menjadikan banyak remaja datang ke kafe dengan tujuan untuk mengupdate status dan mengunggah foto selfie mereka di media sosial sehingga bisa diketahui oleh banyak orang. Dengan kata lain, kegiatan mengunjungi kafe dengan tujuan melakukan selfie dan mengupdatenya ke media sosial saat ini merupakan salah satu bentuk aktualisasi diri remaja. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui karakteristik dari kafe yang dipilih dan digemari oleh para remaja di Jabodetabek sebagai tempat melakukan selfie untuk diupdate ke media sosial. Penelitian ini kemudian juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana karakteristik spot pada kafe yang dipilih untuk dijadikan tempat swafoto atau selfie para remaja Jabodetabek berdasarkan motivasi mereka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik kafe di Jabodetabek yang digemari remaja untuk melakukan selfie merupakan kafe yang memiliki konsep industrial dan memiliki fasilitas yang sangat lengkap. Kemudian para remaja juga umumnya memilih mengunjungi kafe di Jabodetabek yang memiliki aksesibilitas yang mudah dijangkau, baik dengan kendaraan umum maupun kendaraan pribadi, dan juga memilih kafe yang berada pada kawasan perkantoran, perdagangan dan jasa. Sebagian besar para remaja di Jabodetabek memilih spot selfie yang memperlihatkan signag atau logo branding kafe yang dikunjunginya, dimana selfie dilakukan dengan latar papan nama kafe atau bangunan dan bagian depan kafe yang menunjukkan logo branding atau lokasi kafe yang dikunjunginya tersebut. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, perilaku membagi foto dengan menunjukkan brand suatu kafe atau kedai kopi terkenal dilakukan remaja dengan maksud memberitahukan atau membagi informasi kepada khalayak bahwa mereka sedang melakukan tren yang ada, dimana ini merupakan bentuk aktualisasi diri mereka.

.....The rise of cafes in urban areas has now made hanging out or hanging out at cafes a lifestyle that is very popular with teenagers, especially in the Greater Jakarta area. The variety of cafes spread across the Jabodetabek area with all the amenities makes many teenagers come to the cafe with the aim of updating their status and uploading their selfies on social media so that many people can find them. In other words, visiting cafes with the aim of taking selfies and updating them on social media is currently a form of adolescent self-actualization. This study aims to analyze and find out the characteristics of cafes that are chosen and favored by teenagers in Jabodetabek as a place to take selfies to be updated on social media. This research was then also conducted to find out the characteristics of the spots in cafes that were chosen to be used as selfie spots for Jabodetabek teenagers based on their motivation. The results of this study indicate that the characteristics of cafes in Jabodetabek which are popular with teenagers to take selfies are cafes that have an industrial concept and have very complete facilities. Then teenagers also generally choose to visit cafes in Jabodetabek which have easy accessibility, both by public transportation and private vehicles, and also choose cafes that are in office, trade and service areas. Most teenagers in Jabodetabek choose selfie

spots that show the signage or branding logo of the cafe they visit, where selfies are taken against the backdrop of the cafe or building's signboard and the front of the cafe showing the branding logo or location of the cafe they visited. Based on the results of the analysis carried out, the behaviour of sharing photos by showing the brand of a famous cafe or coffee shop is carried out by teenagers with the intention of informing or sharing information with the public that they are following an existing trend, which is a form of self-actualization.