

Fenomena *Photo Dump* di Media Sosial pada Mahasiswa Universitas Al-Qolam Malang

Rima Mufida*

Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia
email: rimamufida21@alqolam.ac.id

Nurul Azizah

Universitas Al-Qolam Malang, Indonesia
email: nurulazizah@alqolam.ac.id

*corresponding author

Abstract:

The Trend of photo dump story templates has recently emerged as a distinct phenomenon on Instagram, with many users, especially those from Generation Z, actively engaging in it. According to Albert Bandura's Social Cognitive Theory, individuals learn behaviors through observation of their environment, including content on social media. This study aims to analyze the photo dump template trend through Bandura's perspective among Gen Z adolescents, using a qualitative method with a descriptive approach and data analyzed through Miles and Huberman's interactive model. The results show that this phenomenon occurs through three main stages: observation, where users view others' Instagram stories and are cognitively influenced to imitate them; modeling, where they replicate the trend by editing and uploading personal photos without concerns of plagiarism; and self-efficacy, where users gain confidence from the freedom to express themselves without the pressure of appearing aesthetically perfect. From Bandura's viewpoint, this trend represents a form of social learning that has become a new cultural and social norm on Instagram, where blurry, candid, or visually plain photos are increasingly appreciated for their authenticity. For Gen Z, photo dumps offer a way to express their lives honestly, resist excessive validation, and avoid the social pressure to maintain an idealized online persona.

Keywords:

Gen Z; Instagram; Social Cognitive; Trend Template Photo Dump

Abstrak:

Tren *story template photo dump* akhir-akhir ini menjadi fenomena tersendiri di media sosial *Instagram*. Banyak sekali pengguna *Instagram*, terutama kalangan Gen Z, yang mengikuti tren *template* tersebut. Menurut Bandura, dalam teori kognitif sosial dijelaskan bahwa manusia belajar dari apa yang mereka lihat di lingkungan, termasuk media sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana fenomena tren *template photo dump* dalam perspektif Albert Bandura di kalangan remaja Gen Z. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik analisis data menggunakan analisis interaktif model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam perspektif Albert Bandura, proses terjadinya fenomena tren *template photo dump* di kalangan Gen Z melalui tiga tahapan: pertama, pengamatan; para pengguna media sosial mengamati postingan story milik orang lain hingga muncul efek kognitif untuk menirunya. Kedua, pemodelan atau peniruan; pengguna *template* melakukan peniruan dengan mengedit foto-foto

pribadinya tanpa harus ada istilah “plagiat” karya orang lain. Ketiga, proses efikasi diri; para pengguna *template photo dump* memiliki keyakinan yang meningkat karena ada kebebasan dalam berekspresi tanpa tekanan untuk terlihat estetik. Dalam perspektif Albert Bandura, tren *template photo dump* dipandang sebagai bentuk pembelajaran sosial yang menjadi budaya dan norma sosial baru di *Instagram*, di mana foto-foto buram, *candid*, atau bahkan membosankan secara visual justru dianggap lebih menarik karena menunjukkan keaslian. Bagi Gen Z, *photo dump* menjadi cara menampilkan kehidupan secara jujur dan tidak membutuhkan pengakuan secara berlebihan, sekaligus menghindari tekanan sosial untuk tampil sempurna.

Kata Kunci:

Gen Z; Instagram; Sosial Kognitif; Tren *Template Photo Dump*

Pendahuluan

Perkembangan TIK sangat memberikan dampak yang signifikan diberbagai bidang, baik dalam bidang pendidikan, ekonomi, sosial, maupun teknologi. Salah satu hal yang menjadi tren dalam perkembangan TIK ini yaitu kegiatan yang berbasis internet dan digital. Melalui internet, aktivitas manusia akan sangat terbantu hanya melalui genggam tangan (*handphone*) seperti aktivitas berbelanja online (*online shop*), bertransaksi keuangan (*e-banking*), membaca buku melalui perpustakaan digital (*e-library*) dan masih banyak lagi kegiatan lainnya yang bisa diakses melalui internet. Internet juga memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mendapatkan berbagai informasi melalui platform media sosial yang juga semakin banyak perkembangannya.

Media sosial menjadi jembatan yang mampu mempermudah para penggunanya dalam berkomunikasi ataupun berinteraksi dengan orang lain, tanpa perlu bertatap muka dan menghabiskan energi serta biaya yang terlalu besar. Dalam perkembangannya, media sosial melahirkan berbagai macam fitur terbaru yang unik dan menarik, sehingga menjadi daya tarik tersendiri di kalangan penggunanya. Jika pada 15 tahun yang lalu, sekitar tahun 2010 media sosial hanya dapat diakses melalui jaringan H+, 2G ataupun hanya 3G, untuk saat ini, media sosial telah dapat diakses melalui jaringan 4G bahkan 5G¹.

Salah satu media sosial yang paling banyak diminati oleh masyarakat Indonesia yaitu *Instagram*. Menurut laporan yang diberikan oleh Lembaga “*We Are Sosial*”, per-Februari 2025 *Instagram* menjadi platform media sosial terbanyak kedua yang digunakan di Indonesia dengan jumlah pengguna mencapai 85,3%.²

Di tengah kesibukan beraktivitas, hampir seluruh pengguna *Instagram*, khususnya remaja kelahiran tahun 1997 sampai dengan 2012 yang sering disebut dengan Generasi Z sangat gemar mengunggah kegiatannya di media sosial, seperti momen bersama teman, momen bersama keluarga, aktivitas sehari-hari, bahkan hal yang tidak terlalu pentingpun turut diabadikan di media sosial pribadinya. Menurut angka yang dipublikasikan oleh Databoks.id melalui laman *Instagram*, mayoritas pengguna yang sering mengakses media sosial *Instagram* adalah

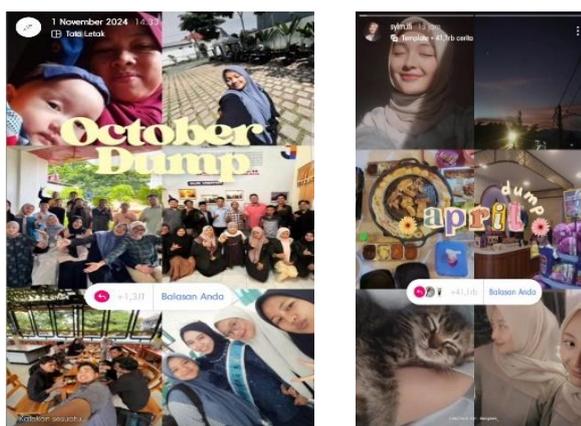
¹ Admin “7 Evaluasi Jaringan Internet dari Dial up Hinga ke 4G LTE”, <https://baktikomdigi.id/>

² Nabilah Muhammad, “Daftar Media Sosial Paling Banyak digunakan di Indonesia Awal 2025”, <https://databoks.katadata.co.id/> (diakses pada Tanggal 06 Mei 2025)

Microsoft.QuickAction. WiFi Gen Z yaitu mencapai angka 51,9. Sedangkan generasi *millennial* condong menggunakan media sosial *Facebook*.³

Macam-macam fitur yang tersedia di media sosial *Instagram* menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi para pengguna *Instagram* apalagi kalangan Gen Z. Di antara fitur-fitur yang tersedia ialah *Add Yours*, *photo effect*, *boomerang*, siaran langsung atau *live video*, dan *Story Kolase Photo* ⁴. Sedangkan Fitur *Story kolase photo* pada umumnya disebut sebagai *photo dump*. Fitur *photo dump* ini hadir sekitar akhir bulan Juni 2022 dan menjadi salah satu tren yang banyak digunakan di kalangan pengguna *Instagram*⁵. Fitur *photo dump* merupakan salah satu fitur yang mampu mengunggah kolase foto yang berisi 2 hingga 6 foto sekaligus.

Pada umumnya fitur ini sudah ada *template* khusus yang sudah dibuat pertama kali oleh orang lain yang tentunya sudah disesuaikan dengan nama bulannya, misalnya ketika bulan Januari menjadi (*January Dump*), Februari (*February Dump*), Maret (*March Dump*), dan seterusnya, sehingga pengguna *Instagram* lainnya hanya cukup mengklik *template foto dump* yang tersedia di *story* orang lain, kemudian memasukkan foto-foto sesuai keinginannya, dan hasil editannya siap diposting di *Instagram story*.



Gambar 1. Contoh Tren Template Photo Dumb

Tren *story template photo dump* akhir-akhir ini menjadi fenomena tersendiri di kalangan media sosial *Instagram*. Banyak sekali para pengguna *Instagram* khususnya Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang yang mengikuti tren tersebut. Berawal dari mengamati *story Instagram* orang lain, kemudian atas pilihannya sendiri, pengguna dengan mudah dapat menirukan *template* tersebut. Tindakan meniru ini muncul saat adanya perhatian ataupun pujian dari fenomena yang diamati. Sebagian besar manusia sebagai makhluk

³ Databoks.id “Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia”, <https://www.instagram.com/p/DAIp8RBSPIo/?igsh=MTV4M2lxdWlyZDJKbQ==>

⁴ Afifah Subhah Nafsyah et al., “Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi,” *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2022): 1, <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>.

⁵ Rizwan Suandi, “June Dump Artinya dalam Bahasa Indonesia, Ini Penjelasan Tren Instagram yang Viral” <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/pr-354888351/june-dump-artinya-dalam-bahasa-indonesia-ini-penjelasan-tren-instagram-yang-viral> (diakses pada 1 Juli 2022)

sosial cenderung terpengaruh melalui proses mengamati, meniru, dan mengadopsi apa saja yang ada di lingkungannya. Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Almadina Rakhmair yang berjudul “Peran Lingkungan Sosial terhadap Pola Komunikasi Remaja di Perkotaan”, hasil penelitian menunjukkan bahwa lingkungan sosial memiliki pengaruh yang cukup besar dalam pembentukan interaksi sosial remaja ⁶. Dalam penelitian ini, media sosial *Instagram* berperan sebagai lingkungan sosial yang menjadi alat pembelajaran dan menimbulkan pengaruh terhadap perilaku manusia.

Melihat fenomena yang terjadi kepada para remaja tersebut maka hal ini selaras dengan pemaparan teori kognitif sosial yang digagas oleh Albert Bandura di mana proses pembelajaran sosial dapat terjadi melalui proses pengamatan dan peniruan perilaku, emosi, dan konsekuensi yang diamati oleh individu lain. Albert Bandura dalam teorinya, menjelaskan tentang bagaimana faktor lingkungan memengaruhi dan membentuk kepribadian serta perilaku, terlebih dalam diri para remaja, apa yang remaja lihat dan pelajari di lingkungan mereka termasuk media sosial, hal tersebut dapat menimbulkan dampak pada perilaku sosial remaja yang tidak seimbang dan realistis ⁷.

Dalam perspektif psikologi sosial, Gen Z dikenal sebagai generasi yang menerima dan menganut nilai-nilai keanekaragaman. Gen Z juga dikenal sebagai generasi internet, karena lahir di era perkembangan internet. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh *Institute For Emerging Issues dalam Singh Dan Dangmei* yang dikutip oleh Miya Mulyana, menjelaskan bahwa generasi Z adalah generasi yang paling unik, generasi yang beragam dan canggih secara teknologi. Gen Z cenderung lebih tidak sabar, dan berpikiran instan.⁸

Dalam penyusunan penelitian ini, peneliti telah mengumpulkan dan membaca beberapa penelitian terdahulu yang relevan sebagai pedoman dan acuan dalam penyelesaian penelitian ini, di antaranya, penelitian yang berjudul “Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Sosial Media TikTok (Studi Kasus pada Komunitas Kretek Samarinda)” oleh Nayaka Mangkaraputra dan Sugandi tahun 2023,⁹ dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kognitif sosial komunikasi pengguna sosial media TikTok Komunitas Kretek Samarinda diperoleh melalui enam tahapan, yakni mengingat, memahami, menerapkan, menganalisa, menilai, dan berkreasi. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama meneliti mengenai perilaku sosial pengguna media sosial, sedangkan perbedaannya yaitu dalam penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah media sosial TikTok, sedangkan dalam penelitian ini objek penelitiannya yaitu media sosial Instagram.

Kemudian penelitian terdahulu selanjutnya berjudul “Analisis Komunikasi Digital Melalui Fitur “Add Yours”: Studi Kasus Pengguna Instagram di Kalangan Remaja” oleh Resi Safitri et al. Januari tahun 2025, dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini, bahwa Fitur *Add Yours* menjadi fenomena yang signifikan dalam pembentukan pola komunikasi digital dan interaksi sosial di kalangan remaja.

⁶ Almadina Rakhmaniar, “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pola Komunikasi Remaja Di Perkotaan: (Studi Kualitatif Pada Remaja Dikota Bandung),” no. 1 (2024): 11–25.

⁷ Firna Novelia Sari, “Tren Monthly Photo Dump di Instagram, Jadi Fenomena saat Akhir Bulan” <https://harian.disway.id/amp/866885/tren-monthly-photo-dump-di-instagram-jadi-fenomena-saat-akhir-bulan> (diakses pada 10 April 2025).

⁸ Universitas Muhammadiyah and Sumatera Utara, “Skripsi Tentang Gen Z,” 2023.

⁹ Bagus Riski Saputra, “SOSIAL HORIZON Jurnal Pendidikan Sosial Analisis Perilaku Sosial Siswa Berlandaskan Perspektif Teori Bandura” 11, no. 3 (2024), <https://doi.org/10.31571/sosial.v11i3.8145>.

Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa dalam kehidupan digital remaja, fitur *Add Yours* memiliki peran ganda. Pertama, fitur ini berfungsi sebagai sarana ekspresi diri dan kreativitas. Kedua, fitur ini juga memiliki peran penting dalam membentuk dinamika sosial *online*¹⁰. Persamaan dalam penelitian ini yaitu sama-sama mengkaji tentang bagaimana fitur *Instagram* berperan dalam memberikan pengaruh berprilaku kepada remaja, sedangkan perbedaannya yaitu terletak dari segi sudut pandang analisis.

Alasan penelitian ini dilakukan yaitu untuk memperluas kajian interdisipliner antara ilmu komunikasi, media digital, dan psikologi sosial. Dengan menganalisis bagaimana tren *template photo dump* melalui perspektif Albert Bandura, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang bagaimana konten visual sederhana dapat memengaruhi pembentukan norma sosial, identitas digital, dan proses imitasi dalam masyarakat digital.

Dari pemaparan konteks penelitian di atas, peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana proses terjadinya fenomena tren *template photo dumb* dalam perspetif Albert Bandura, sehingga terbentuklah judul penelitian “Fenomena Tren *Template photo dump* di Media Sosial *Instagram* dalam Perspektif Albert Bandura” (Studi Kasus pada Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang)”.

Hasil dan Diskusi

Perilaku Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang dalam Perspektif Psikologi Sosial

Albert Bandura sebagai pencetus teori kognitif sosial menjelaskan tentang bagaimana individu mendapatkan serta memodifikasikan perilaku melalui interaksi sosial, pengamatan, pemodelan dan peniruan, efikasi diri, serta proses kognitif. Teori ini juga menjadi salah satu teori utama dalam ranah psikologi. Teori Kognitif Sosial Albert Bandura sebagai pencetus teori kognitif sosial menjelaskan bahwa; “Dengan mengamati orang lain, seseorang mendapatkan gambaran tentang bagaimana perilaku baru dilakukan, dan pada kesempatan berikutnya informasi yang dikodekan ini berfungsi sebagai panduan untuk bertindak¹¹.”

Pada umumnya teori Albert Bandura dikaitkan dengan arus psikologi sosial kognitif, yang mana arus tersebut berkaitan dengan perilaku manusia terutama kepekaan terhadap rangsangan luar dan hubungan antara perilaku dan konsekuensi. Cara pandang ini memberikan lensa untuk mengamati perilaku manusia dengan cara yang lebih canggih. Teori ini berawal dari tentang bagaimana cara seseorang mengartikan situasi sosial, mengaitkan peristiwa dengan makna yang dipahami.

Hal ini akan menghasilkan pemahaman yang lebih luas tentang faktor yang mengarah pada interaksi sosial sesuai dengan kehendak dan pilihan manusia itu sendiri. Secara sederhananya, menurut Albert Bandura dalam teori kognitif sosial ialah perilaku manusia dapat dipengaruhi oleh fenomena, peristiwa atau kejadian di lingkungan sekelilingnya. Perilaku ini terbentuk dari pengamatan kemudian peniruan hasil yang diamati, baik dari segi perilaku, emosi, maupun konsekuensi.

¹⁰ Resi Safitri et al., “Analisis Komunikasi Digital Melalui Fitur " Add Yours " : Studi Kasus Pengguna Instagram Di Kalangan Remaja Analysis of Digital Communication Through the " Add Yours " Feature : Case Study of Instagram Users Among Teenagers,” 2025, 530–42.

¹¹ Stefano Calicchio, *Albert Bandura Dan Faktor Efikasi Diri*, 2023.

Teori ini mengingatkan bahwa manusia adalah makhluk sosial, yang secara alami akan dipengaruhi oleh orang lain, serta tidak menutup kemungkinan bahwa perilaku seseorang juga akan terpengaruh.

Menurut Albert Bandura, pembelajaran sosial terjadi melalui proses pengamatan, peniruan perilaku dan pemodelan, emosi, dan konsekuensi dari individu lain. Proses ini didukung oleh sejumlah mekanisme kognitif, termasuk perhatian, ingatan, representasi simbolis, dan motivasi. Tiga prinsip proses pembelajaran sosial¹², diantaranya:

1. Observasi atau pengamatan.

Individu belajar dengan cara mengamati perilaku dan konsekuensi dari individu lain dari lingkungan sekeliling mereka. Pengamatan ini terjadi baik secara langsung, maupun menggunakan media lain, seperti televisi, film maupun media sosial.

2. Peniruan atau pemodelan

Pada umumnya, individu cenderung meniru perilaku yang telah diamati dari perilaku individu lain (model). Terutama apabila jika dirasa perilaku tersebut memiliki dampak positif bagi dirinya. Namun jika dirasa hal itu negatif bagi dirinya, kemungkinan untuk tidak menirunya.

3. Efikasi diri

Efikasi diri adalah bentuk keyakinan atau rasa percaya diri seseorang untuk mengunggah foto di media sosial. Setelah individu melalui proses pengamatan serta peniruan atau pemodelan, dengan rasa yakin dan percaya diri, individu akan mengunggah tentang dirinya di media sosial.

Berdasarkan proses pembelajaran sosial menurut Albert Bandura, manusia dapat belajar dari apa pun yang diamati, lantas ditirukan, dan diperankan sesuai model yang dilihat serta tanpa disadari semua elemen-elemen yang berada di sekitar yang mampu menciptakan serta mengubah perilaku sosial.

Dalam perspektif psikologi sosial, Gen Z dikenal sebagai generasi yang menerima dan menganut nilai-nilai keanekaragaman. Gen Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 juga dikenal sebagai generasi internet, karena lahir di era perkembangan internet. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh *Institute For Emerging Issues dalam Singh Dan Dangmei* tahun 2016, menjelaskan bahwa generasi Z adalah generasi yang paling unik dan generasi yang beragam dan canggih secara teknologi. Gen Z cenderung lebih tidak sabar, berpikiran instan, kurang ambisi, dibanding generasi sebelumnya.

Media sosial menjadi ladang utama untuk Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang menumbuhkan, membentuk, dan mempresentasikan identitas diri. Mayoritas Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang menunjukkan rasa ketertarikan yang kuat pada suatu kelompok daring (di media sosial) yang mereka anggap memiliki nilai, minat, dan pandangan yang sesuai dengan diri mereka. Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang kerap menggunakan simbol-simbol budaya populer, gaya khas dalam berkomunikasi, seperti *meme* atau bahasa-bahasa gaul, juga tidak ingin ketinggalan untuk mengikuti tren-tren yang sedang *viral*. Hal ini menunjukkan bahwa Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang menjadi generasi yang mudah terbawa arus teknologi serta mudah menerima berbagai bentuk sosial. Secara tidak langsung, pandangan psikologi sosial menuntun untuk memahami terkait perilaku Gen Z bahwa perilaku mereka dalam ranah media sosial bukan hanya sekedar respons individual, melainkan

¹² Calicchio.

proses interaksi antara individu dan lingkungan sosial yang terus berubah sesuai dengan arus teknologi sosial.

Dalam psikologi sosial, perilaku individu tidak dapat dilepaskan dari pengaruh lingkungan sosialnya. Psikologi sosial menjelaskan bagaimana pikiran, perasaan, dan tindakan individu dipengaruhi oleh keberadaan orang lain, baik secara langsung maupun tidak langsung¹³. Hal ini menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang merespons fenomena seperti *photo dump* di media sosial Instagram. Berdasarkan pemikiran Mustafa, terdapat empat perspektif dalam psikologi sosial: perilaku (*behavioral*), kognitif (*cognitive*), struktural (*structural*), dan interaksionis (*interactionist*). Dalam konteks Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang yang aktif di media sosial, perspektif kognitif dan perilaku menjadi sangat relevan. Perspektif perilaku menekankan bahwa stimulus dari lingkungan seperti unggahan viral atau respons positif dari pengguna lain, mendorong individu untuk mengulangi perilaku yang sama, dalam hal ini mengunggah *photo dump*. Proses ini didukung oleh konsep *reinforcement* (penguatan), sebagaimana dijelaskan dalam teori pembelajaran sosial.

Sementara itu, perspektif kognitif menjelaskan bahwa perilaku Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang dipengaruhi oleh cara mereka memproses informasi dan memaknai lingkungan sosialnya. Mahasiswa Gen Z cenderung memiliki kesadaran identitas digital yang tinggi, di mana media sosial menjadi ruang untuk menyusun narasi diri dan memperoleh pengakuan sosial. Pandangan ini selaras dengan pemikiran Albert Bandura mengenai *observational learning*, bahwa individu belajar dari apa yang mereka amati dan tiru, termasuk dari media sosial. Menurut *Institute For Emerging Issues* dalam Singh dan Dangmei, Gen Z dikenal sebagai generasi yang lahir dan besar dalam lingkungan yang serba digital. Mereka menunjukkan karakteristik seperti ketergantungan tinggi pada teknologi, respons cepat terhadap perubahan tren, serta kecenderungan individualistik namun sekaligus sangat terhubung secara sosial dalam ruang digital. Perilaku mereka dalam mengikuti tren, termasuk *template photo dump* bukan hanya ekspresi individual, tetapi juga merupakan bagian dari proses sosialisasi, konformitas sosial, dan interaksi simbolik yang kompleks di dunia maya.

Metode

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi. Dalam penelitian kualitatif, peneliti umumnya menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami sebuah fenomena tertentu¹⁴.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui proses observasi, dokumentasi dan wawancara. Kemudian data yang sudah terkumpul dianalisis menggunakan teknik analisis interaktif model *Miles and Huberman*, yaitu 1) Mengumpulkan data-data yang relevan dengan penelitian. 2) Mereduksi data dengan cara memilah, menyeleksi atau mengerucutkan data agar lebih spesifik dengan penelitian. 3) Menganalisis data dari perspektif psikologi sosial dan

¹³ Hasan Mustafa, "Perilaku Manusia Dalam Perspektif Psikologi Sosial," *Jurnal Administrasi Bisnis* 7 (2011): 143–56.

¹⁴ Albi Anggito and Johan Setiawan, *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*, ed. Ella Deffi Lestari, 1st ed. (CV Jejak, 2018).

menguji data melalui pembacaan teori kognitif sosial Albert Bandura lalu menarik kesimpulan.

Adapun penentuan informan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik “*purposive*” yaitu teknik penentuan informan yang dianggap memenuhi syarat dan kriteria untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti sudah mengambil beberapa informan, yaitu beberapa Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang yang aktif di media sosial *Instagram* dan aktif mengikuti tren *story template photo dump* di setiap akhir bulan. Berikut peneliti sajikan data informan dalam penelitian ini:

Table 1. Data Informan Penelitian

No.	Nama Informan	Akun Instagram
1.	UAJ	@Ulyaaaje
2.	IEO	@Ikaerin_oktavia
3.	SML	@Siskamaghfirohh
4.	N	@_nfsyalflyl_
5.	NK	@Crmllteeyt
6.	RFU	@Risa F. Ummah
7.	A	@Allya.aabm
8.	FNFZ	@fazamusafa
9.	ASA	@Anisaaaaaaaa_st
10.	NA	@Azrazulham
11.	FZ	@Fatim.zky
12.	FMP	@Firlyani.mhr
13.	HAR	@hi.atyaa
14.	LM	@lk.yanah
15.	SRB	@sabrina.raidah

Hasil dan Diskusi

Pola Penggunaan Media Sosial Instagram oleh Gen Z dalam Perspektif Psikologi Sosial

Instagram merupakan media sosial yang berfokus pada konten visual, di mana pengguna dapat membagikan foto, video, juga *story* (cerita) kepada para pengikutnya. Selain itu *Instagram* juga menjadi *update* status atau *story* secara visual yang mampu menceritakan kegiatan melalui gambar¹⁵. Platform ini diluncurkan pada tahun 2010 dan kini dimiliki oleh *Meta Platforms* (perusahaan yang juga menaungi *Facebook* dan *WhatsApp*). *Instagram* sangat populer di kalangan Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang karena tampilannya yang visual, interaktif, dan selalu mengikuti tren digital terkini. *Instagram* memiliki fitur-fitur yang mendorong perilaku narsistik, seperti membagikan kegiatan sehari-hari secara langsung. Menurut Sissoko dan Prasetyawati dalam jurnal mereka, gaya hidup yang dijalani oleh Gen Z turut berperan dalam memunculkan perilaku narsistik di *platform Instagram*¹⁶.

¹⁵ Oumou Aziza Abbas Sissoko and Happy Prasetyawati, “Kebutuhan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Perilaku Narsis Di Instagram,” *Matriks Jurnal Sosial Dan Sains* 4, no. 1 (2022): 31–40, <https://doi.org/10.59784/matriks.v4i1.128>.

¹⁶ Sissoko and Prasetyawati.

Gen Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi yang tumbuh bersama teknologi digital atau juga disebut generasi internet. *Instagram* menjadi salah satu platform utama bagi mereka untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, dan membentuk identitas sosial. Albert Bandura mengemukakan bahwa seseorang dapat belajar dengan cara mengamati tindakan orang lain. Gen Z cenderung meniru perilaku yang mereka lihat dari media sosial *Instagram* melalui model yang mereka rasa positif untuk ditiru.

Dalam perspektif psikologi sosial, Gen Z dikenal sebagai generasi yang menerima serta menganut nilai-nilai keanekaragaman. Gen Z cenderung lebih tidak sabar, berpikiran instan (simple), kurang ambisi, dibanding generasi sebelumnya

Sebagian dari Mahasiswa Gen Z Universitas Al-Qolam Malang menjadikan platform *Instagram* bukan hanya sekedar hiburan, namun juga sebagai tempat mengapresiasi diri. Hal ini relevan dengan data yang diutarakan oleh informan UAJ bahwa *Instagram* menjadi *refresh button* saat kelelahan, selain itu *Instagram* juga menjadi *mood booster* baginya walau tetap memiliki batasan terhadap dirinya sendiri.

“Candu sih enggak sampai over, tapi ya... bisa dibilang Instagram itu semacam refresh button kalau lagi suntuk, buka Instagram tuh jadi mood booster, tapi tetap sih, ada batasnya saya pilih yang sehat dan mindful.” @Ulyaaje.

Kemudian informan yang lain juga menyampaikan alasan lebih suka media sosial *Instagram* dibanding platform yang lain ialah karena fyp-nya sesuai dengan kebutuhan, seperti jika hati merasa sedih, video-video yang muncul juga tentang lelucon dll.

“Kalau ditanya alasan suka ke Instagram adalah, fypnya related dengan kebutuhan moddyku, seperti misal aku lagi galau nanti yang muncul itu lelucon dll.” @Risa F. Ummah.

Kebutuhan untuk menampilkan gaya hidup tertentu mendorong Gen Z untuk aktif di *Instagram*, yang dapat menimbulkan perilaku narsistik dan gaya hidup hedon. *Instagram* mampu digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri sekaligus membentuk identitas sosial bagi Gen Z. Berdasarkan data lapangan yang telah didapat, pola penggunaan Gen Z terhadap media sosial *Instagram* bukan hanya sekedar untuk hiburan semata, namun juga untuk memenuhi kebutuhan psikologi sosialnya seperti mengembalikan *mood* yang tidak baik.

Analisis Proses Terjadinya Photo Dump dalam Perspektif Teori Kognitif Sosial

Photo dump adalah praktik mengunggah banyak foto sekaligus (sedang tren di media sosial *Instagram*) yang tampak acak, tidak terlalu terkonsep, dan menggambarkan momen keseharian atau kejadian dalam periode waktu tertentu. Biasanya terlihat “apa adanya” dan tidak terlalu diedit. Berdasarkan data yang diperoleh dari observasi di media sosial dan wawancara mendalam dengan beberapa pengguna aktif *Instagram*, ditemukan bahwa proses terjadinya *photo dump* dapat dijelaskan melalui tiga elemen utama dalam teori kognitif sosial: observasi atau pengamatan, pemodelan dan imitasi atau peniruan, dan efikasi diri.

1. Observasi atau Pengamatan

Pengguna media sosial banyak terinspirasi dari unggahan orang lain yang mereka amati. Mereka melihat bahwa unggahan bertema “*photo dump*” mendapat

perhatian positif dari pengikut seperti *template*-nya yang lebih simpel, elegan, lucu, estetik, dan lainnya seperti yang dijelaskan oleh informan Risa bahwa tren *template photo dump* itu lebih simpel dan elegan untuk merekap semua aktivitas dalam satu bulan.

“Saya menggunakan template itu karena lebih simple dan elegan untuk menunjukkan bagaimana rekap aktivitasku di setiap bulannya”. @Risa F. Ummah.¹⁷

Informan mengungkapkan alasannya menggunakan template photo dump ini karena estetik dan bisa menyesuaikan dengan tema baju.

“Aku pakai karena jujurlah cocok buat up foto-foto yang sesuai dengan tema begitu, jadi kelihatan lebih estetik. Misal waktu itu aku pakai tema baju cewek kue, otomatis aku pakai kolase photo supaya hasil jepret foto-fotoku yang sesuai tema tadi dengan tata letak yang kelihatan lebih estetik begitu”. @Siskamaghfirohh.¹⁸

Dari hasil data di lapangan yang didapat oleh peneliti, hal ini menunjukkan bahwa proses pembelajaran sosial melalui pengamatan berperan penting dalam munculnya tren ini. Langkah pertama, pengguna melakukan pengamatan terhadap tren *photo dump* melalui *story* orang lain, tata letak, desain, dan penyusunan foto yang menarik, simpel, lucu, elegan dan estetik, menimbulkan efek kognitif bagi mereka untuk mengikuti *template* tersebut.

2. Proses Pemodelan dan Peniruan

Menurut Albert Bandura, pemodelan adalah proses belajar melalui pengamatan terhadap perilaku orang lain dan konsekuensi dari perilaku tersebut. Dalam konteks media sosial, pengguna tidak hanya mengamati perilaku orang lain dalam unggahan, tetapi juga memperhatikan respons lingkungan sosial terhadap unggahan tersebut, seperti jumlah *like*, komentar, atau *repost*.

Dalam fenomena *photo dump*, banyak pengguna mulai meniru gaya unggahan acak dan tidak beraturan yang dilakukan oleh figur publik, selebgram, atau teman sebaya karena mereka melihat adanya *social reward* atau penerimaan sosial yang tinggi terhadap konten tersebut. Seperti apa yang disampaikan salah satu informan bahwa adanya *template photo dump* ini menimbulkan rasa asyik karena bisa membuat tema yang sama dengan orang lain tanpa ada istilah kata plagiat sosial.

“Asyik saja gitu, bisa membuat tema yang sama dengan orang lain tanpa ada istilah meniru atau menjiplak karya orang lain, dan juga pastinya banyak yang menggunakannya yang nantinya memunculkan rasa percaya diri begitu”. @Azrazulham.¹⁹

Dari data tersebut menunjukkan proses terjadinya fenomena *photo dump* selanjutnya yaitu melalui peniruan berdasarkan model sosial yang diamati di lingkungan digital pengguna. Setelah terpengaruh untuk mengikuti *template* yang sudah diamati, selanjutnya pengguna *template* melakukan peniruan dengan mengedit foto-foto pribadinya sesuai *template* tanpa harus ada istilah “plagiat” karya orang lain.

3. Efikasi Diri

Efikasi diri merupakan sebuah keyakinan atau percaya diri seseorang untuk mengunggah foto di media sosial. Hal ini sesuai dengan prinsip dalam teori kognitif sosial yang menekankan pentingnya interaksi sosial dalam pembentukan

¹⁷ Risa Faiqul Ummah, wawancara (18 Mei 2025)

¹⁸ Siska Maghfirotul Laili, wawancara (18 Mei 2025)

¹⁹ Najjamuddin Azrazulham, wawancara (18 Mei 2025)

keyakinan diri. Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih bebas dan tidak terlalu terbebani soal estetika ketika mengunggah *photo dump*. Hal ini menandakan bahwa terciptanya efikasi diri dalam mengunggah konten tidak harus selalu sempurna.

Sebagian besar informan mengungkapkan bahwa mereka lebih percaya diri untuk mengunggah *photo dump* dengan adanya banyak pengikut yang juga mengunggah *template* yang sama tanpa menuntut kesempurnaan karya. Informan ASA menyatakan bahwa dia lebih percaya diri karena banyak yang juga mengunggah *template photo dump*, artinya ia merasa tidak sendiri.

“Karena banyak yang buat, menjadikan diri sendiri ikut percaya diri, jadi pikirnya kan nggak sendiri”. @anisaaaaaaa_st.²⁰

Informan UAJ juga menjelaskan bahwa dia percaya setiap momen menyimpan cerita, mengikuti tren *template photo dump* adalah salah satu cara santai untuk berbagi tanpa menuntut untuk sempurna.

“Saya percaya tiap momen punya cerita, dan photo dump itu cara santai buat berbagi tanpa harus sempurna. Selama itu jujur, punya makna, dan bikin aku senyum waktu lihat ulang kenapa enggak?”. @Ulyaaaje.²¹

Data ini menunjukkan bahwa proses terjadinya tren *template photo dump* yaitu efikasi diri, para pengguna *template photo dump* memiliki keyakinan yang meningkat karena ada kebebasan dalam berekspresi tanpa tekanan untuk terlihat estetik.

Fenomena Tren Template Photo Dump dalam Perspektif Teori Kognitif Sosial Albert Bandura

Teori Kognitif Sosial (*social learning*) merupakan teori yang memfokuskan antara interaksi, lingkungan sekitar, dan perilaku yang erat hubungannya dengan terbentuknya perilaku individu. Menurut Teori Kognitif Sosial, lingkungan sekitar dapat membentuk perilaku individu juga sebaliknya, lingkungan sekitar terbentuk oleh perilaku individu.

Dalam kerangka Teori Kognitif Sosial Albert Bandura, fenomena *photo dump* dapat dipahami sebagai hasil dari proses sosial dan psikologis yang kompleks, terutama melalui proses observasi atau pengamatan, imitasi, serta penguatan sosial yang terjadi dalam interaksi media sosial. Analisis ini dilakukan dengan melihat tiga komponen utama dari *determinism* resiprok (*reciprocal determinism*): personal (kognitif), perilaku, dan lingkungan sosial.

Individu secara kognitif merespon tren *photo dump* dengan mengembangkan keyakinan bahwa mereka mampu mengikuti gaya tersebut. Ini mencerminkan meningkatnya *self-efficacy*, karena tren ini tidak menuntut keahlian teknis tinggi, formatnya santai dan memberikan kebebasan ekspresi dan postingan dianggap lebih “real” sehingga pengguna merasa nyaman menampilkan sisi keseharian yang sebelumnya tidak dianggap “layak” untuk dibagikan.

ASA selaku informan dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa dalam jangka waktu satu bulan pasti banyak foto yang belum sempat diunggah, lantas dengan adanya fitur *photo dump* yang berisikan lebih dari satu foto ini mampu membantunya untuk mengunggah foto yang masih tersimpan.

²⁰ Anisa Siti Andriani, wawancara (18 Mei 2025)

²¹ Ulya Ainun Jariyah, wawancara (18 Mei 2025)

“Karena pada bulan itu ada foto yang bisa diupload, terus di *photo dump* juga bisa upload foto random, juga karena aku bukan tipe orang yang tiba-tiba upload makanan saja.” @anisaaaaaa_st.²²

Informan FMP juga menyatakan bahwa adanya fitur *photo dump* ini dia mampu memperlihatkan pada pengikut dari secuil kehidupannya selama satu bulan ini.

“Alasan yang lain aku memberikan kesempatan untuk teman-teman Instagramku mampu melihat secuil kehidupanku atau kegiatanku selama satu bulan ini.” @Firlyani.mhr.²³

Bagi banyak pengguna, *photo dump* menjadi cara menampilkan kehidupan secara jujur dan tidak membutuhkan pengakuan secara berlebihan, sekaligus menghindari tekanan sosial untuk tampil sempurna. Lingkungan ini membentuk norma sosial baru, di mana foto-foto buram, *candid*, atau bahkan membosankan secara visual justru dianggap lebih menarik karena menunjukkan keaslian. Norma ini diinternalisasi oleh pengguna sebagai bentuk pembelajaran sosial.

Perilaku memposting *photo dump* kemudian menjadi suatu kebiasaan. Pengguna tidak hanya mengamati dan meniru, tetapi juga mendapatkan respon dalam bentuk *like*, komentar, dan *story reshares*, yang memperkuat perilaku tersebut. Bahkan, banyak dari mereka yang kemudian menciptakan *template* sendiri atau menggunakan *template* yang dibuat oleh kreator lain untuk mengunggah kontennya. Dengan demikian, pengguna tidak hanya berperan sebagai pengamat, tetapi juga sebagai agen sosial yang menyebarkan tren ke lingkungan mereka.

Fenomena *photo dump* merepresentasikan pergeseran nilai-nilai dalam penggunaan media sosial dari menuntut kesempurnaan menuju keaslian. Dalam perspektif Albert Bandura, ini mencerminkan perubahan dalam sistem *reinforcement social*: autentisitas (bertindak sesuai dengan diri yang sebenarnya) kini lebih dihargai daripada estetika semata. Individu belajar melalui interaksi sosial bahwa menjadi diri sendiri (dalam batasan tertentu) justru memberikan apresiasi lebih besar dalam konteks budaya digital saat ini.

Kesimpulan

Dalam perspektif Albert Bandura, tren *template photo dump* yang semula merupakan bentuk pembelajaran sosial telah berkembang menjadi norma sosial baru di Instagram, di mana foto-foto buram, *candid*, atau bahkan membosankan secara visual justru dianggap lebih menarik karena menunjukkan keaslian. Norma ini diinternalisasi oleh pengguna sebagai bagian dari pembelajaran sosial yang terus berkembang di era digital. Karena keterbatasan peneliti maka penelitian ini hanya meneliti tentang bagaimana perilaku penggunaan Gen Z terhadap media sosial Instagram dalam membentuk identitas diri melalui fitur yang sedang viral. Bagi peneliti selanjutnya, peneliti berharap penelitian ini bisa memberikan sumbangan wawasan serta dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk mengkaji media sosial dalam konteks yang lebih luas lagi.

Daftar Pustaka

Admin (06 Mei 2025) “7 Evaluasi Jaringan Internet dari Dial up Hingga ke 4G LTE”,
<https://baktikomdigi.id/>
Muhammad Nabilah (06 Mei 2025) “Daftar Media Sosial Paling Banyak digunakan

²² Anisa Siti Andriani, wawancara (18 Mei 2025)

²³ Firlyani Mahira Putri, wawancara (07 Mei 2025)

- di Indonesia Awal 2025”, <https://databoks.katadata.co.id/>
Postingan Instagram Databoks.id “Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia”,
<https://www.instagram.com/p/DAIp8RBSPIo/?igsh=MTV4M2lxdWlyZDJkbQ==>
Suandi Rizwan (01 Juli 2022) “June Dump Artinya dalam Bahasa Indonesia, Ini Penjelasan Tren Instagram yang Viral” <https://galamedia.pikiran-rakyat.com/humaniora/pr-354888351/june-dump-artinya-dalam-bahasa-indonesia-ini-penjelasan-Tren-instagram-yang-viral>
Anggito, Albi, and Johan Setiawan. *METODOLOGI PENELITIAN KUALITATIF*. Edited by Ella Deffi Lestari. 1st ed. CV Jejak, 2018. Calicchio, Stefano. *Albert Bandura Dan Faktor Efikasi Diri*, 2023.
Muhammadiyah, Universitas, and Sumatera Utara. “Skripsi Tentang Gen Z,” 2023.
Mustafa, Hasan. “Perilaku Manusia Dalam Perspektif Psikologi Sosial.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 7 (2011): 143–56.
Nafsyah, Afifah Subhah, Suci Rahayu Maulidyah, Azki Srirazki Nurlia, and Wulan Putri Adhyanti. “Analisis Konten Media Sosial Instagram By.U Sebagai Media Penyebaran Informasi & Komunikasi.” *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (2022): 1. <https://doi.org/10.35842/massive.v2i2.57>.
Rakhmaniar, Almadina. “Pengaruh Lingkungan Sosial Terhadap Pola Komunikasi Remaja Di Perkotaan: (Studi Kualitatif Pada Remaja Dikota Bandung),” no. 1 (2024): 11–25.
Safitri, Resi, Nadya Melya Hidayat, Rossy Kesumawati, and Diaz Sya. “Analisis Komunikasi Digital Melalui Fitur " Add Yours " : Studi Kasus Pengguna Instagram Di Kalangan Remaja Analysis of Digital Communication Through the " Add Yours " Feature : Case Study of Instagram Users Among Teenagers,” 2025, 530–42.
Saputra, Bagus Riski. “SOSIAL HORIZON Jurnal Pendidikan Sosial Analisis Perilaku Sosial Siswa Berlandaskan Perspektif Teori Bandura” 11, no. 3 (2024). <https://doi.org/10.31571/sosial.v11i3.8145>.
Sissoko, Oumou Aziza Abbas, and Happy Prasetyawati. “Kebutuhan Gaya Hidup Generasi Z Terhadap Perilaku Narsis Di Instagram.” *Matriks Jurnal Sosial Dan Sains* 4, no. 1 (2022): 31–40. <https://doi.org/10.59784/matriks.v4i1.128>.