



Mengeksplorasi Praktik *Personal Digital Archiving* (PDA) dalam Fenomena *New Analog Photography* di Instagram: Membangun *Personal Branding*, Pencarian Autentisitas, dan Detoksifikasi Digital

INTISARI

Artikel ini membahas fenomena bangkitnya fotografi analog yang bernama *new analog photography* di Instagram. Selain membahas fenomena *new analog photography*, artikel ini juga membahas praktik *personal digital archiving* (PDA) yang terapkan dalam fenomena tersebut. Media sosial merupakan platform untuk menyimpan *personal digital archive*. Aktivitas ini sudah dilakukan banyak orang, di mana internet dan perangkat elektronik telah menjadi bagian yang integral di kehidupan manusia. Metode yang digunakan dalam penulisan artikel menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif. Tujuan dari artikel ini adalah menemukan penyebab-penyebab fenomena *new analog photography*, yaitu generasi milenial dan Gen Z yang sangat aktif dalam bermedia-sosial dan memiliki kesadaran *personal branding*. Eksplorasi yang dilakukan oleh generasi milenial dan Gen Z yang memiliki minat dalam fotografi tersebut merupakan upaya untuk mencari autentisitas citra *digital presence*. Adapun ritual penggunaan kamera analog dapat dikategorikan sebagai detoksifikasi digital. Limitasi dalam artikel ini adalah jumlah responden yang diperoleh secara kuantitas belum representatif. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menghimpun responden lebih banyak dengan demografi yang lebih variatif untuk dapat memetakan sebaran fenomena ini. Artikel ini menjelaskan bahwa fotografi yang merupakan salah satu bentuk arsip visual memiliki keterkaitan dengan kajian topik sosial, budaya, dan teknologi. Penelitian ini memberikan pandangan baru untuk mengembangkan bidang kearsipan, terutama arsip bentuk khusus.

ABSTRACT

This article discusses the phenomenon of the rise of analog photography called new analog photography on Instagram. Apart from discussing the phenomenon of new analog photography, this article also discusses the practice of personal digital archiving (PDA), which is applied to this phenomenon. Social media is a platform for storing personal digital

PENULIS

Adhi Wirawan Dwi Pamungkas

Kememparekraf/Baparekraf, Jakarta, Indonesia
adhi.wirawandp@kememparekraf.go.id

KATA KUNCI

autentisitas, detoksifikasi digital, *new analog photography*, *personal branding*, *personal digital archiving* (PDA)

KEY WORDS

authenticity, digital detoxification, *new analog photography*, *personal branding*, *personal digital archiving* (PDA)

archives, which has been done by all humans in the internet era and electronic devices have become an integral part of their lives. The method used in writing articles uses a qualitative case study approach. The aim of this article is to find the causes of the new analog photography phenomenon, namely the millennial generation and Gen Z who are very active on social media and have personal branding awareness. The exploration carried out by the millennial generation and Gen Z who have an interest in photography to search for the authenticity of digital presence images and rituals using analog cameras can be categorized as digital detoxification. The limitation of this article is that the number of respondents obtained in quantity is not yet representative. It is hoped that future research will be able to gather more respondents with more varied demographics to be able to map the distribution of this phenomenon. This article explains that photography, which is a form of visual archive, is related to the study of social, cultural and technological topics. So that it provides a new perspective for developing the field of archives, especially special-form archives.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Foto menjadi media populer untuk mengabadikan momen-momen manusia di era perangkat teknologi begitu canggih, beragam dan variatif. Beragamnya perangkat teknologi ini sejalan dengan perkembangan teknologi. Kian mutakhir teknologi, lambat laun teknologi lama akan usang dan ditinggalkan oleh manufaktur dan penggunaannya. Pola ini juga terjadi di dunia fotografi. Sebelum semua perangkat fotografi menjadi digital, terdapat teknologi yang bernama analog. Sebelum sensor kamera digital hadir, foto diambil pada strip rol film fotografi fisik. Strip rol ini terbuat dari lapisan

fotosensitif yang mengalami proses emulsi. Dalam emulsi film analog, kristal perak bromida berubah menjadi perak metalik ketika terkena cahaya dan kemudian dikembangkan dalam rendaman kimia (Loertscher et al., 2016:459). Eksposur dan pengembangan memungkinkan pembentukan gambar. Pada masanya, fotografi film analog mencapai puncak di tahun 2003 dengan penjualan 960 juta rol film (Laurent, 2017). Setelah mencapai puncak kejayaannya tersebut kamera analog mulai meredup dan perlahan pengguna beralih ke kamera digital atau perangkat-perangkat elektronik yang tersemat fitur kamera di dalamnya.

Kini beberapa perangkat elektronik sudah memiliki fitur kamera, harganya pun lebih terjangkau. Tidak hanya kamera digital, *smartphone* yang beredar di pasaran sudah tersemat fitur kamera yang mampu menghasilkan foto yang lebih jelas dan detail. Dengan terdemokratisasinya fitur fotografi ini, yang dulu hanya dapat dimiliki oleh orang-orang yang mampu membeli kamera, sekarang semua lapisan masyarakat menjadi sangat mudah mengabadikan momen-momen penting di dalam hidup mereka dalam bentuk audiovisual. Arsip yang tersimpan di perangkat elektronik tersebut kini bersirkulasi di internet dan media sosial yang menunjukkan pergeseran penciptaan dan penggunaan arsip yang dulunya secara tercetak atau fisik, berganti menjadi transmisi digital di perangkat elektronik.

Ernst & Parikka (2013:86) menjelaskan bahwa internet merupakan jenis trans-arsip baru yang sudah ada dalam konsepsi *hypertext* dan *hypermedia* yang dikemukakan oleh Ted Nelson. Ia mengatakan bahwa arsip yang dinamis, yang intinya adalah pembaruan permanen, dan arsip yang dapat menerjemahkan gambar bergerak dan rekaman gramofon dari ranah klasik alfabet ke dalam bentuk arsip, kehidupan *real-time* itu sendiri (kultur *webcam*). Internet memfasilitasi perubahan yang signifikan dalam dunia kearsipan dalam suatu media di mana

informasi tidak hanya jenis teks, tetapi juga dari jenis gambar, suara, video, atau multimedia, melainkan gabungan kesemuanya. Ernst & Parikka menyebut ini sebagai gabungan antara *hypertext* dan *hypermedia*: trans-arsip. Internet yang menghadirkan trans-arsip juga mengubah kebiasaan orang dalam membuat arsip personalnya melalui perangkat digital. Dalam dunia kearsipan, arsip yang tercipta dari perangkat digital ini disebut *personal digital archive* dan praktik pengarsipannya disebut *personal digital archiving* (PDA). Brown (2015:1) menjelaskan *personal digital archive* terdiri dari penyimpanan dan pengarsipan materi digital dan pengelolaannya agar tersedia untuk digunakan di masa mendatang. Meskipun hal ini tidak selalu mudah, hal ini penting jika ingin mempertahankan 'kehidupan' digital penciptanya. *Personal digital archive* ini dapat merujuk ke semua konten digital yang dibuat oleh individu dalam kehidupan sehari-hari, meliputi surat elektronik (*email*), dokumen Microsoft Word, kalender, musik, situs web, atau interaksi media sosial (Digital Preservation Coalition, 2018:1).

Di era internet dan perangkat elektronik begitu menyatu dengan kehidupan manusia, media sosial menjadi platform untuk *personal digital archiving* yang paling populer digunakan. Pengguna dapat berjejaring dan bersosialisasi

dengan pengguna dari belahan dunia lain, hanya melalui sambungan internet dan sentuhan-sentuhan layar gawai. Salah satu media sosial terpopuler dan banyak dipakai oleh anak muda adalah Instagram. Instagram merupakan platform berbagi foto dan video. Pengguna dapat mengunggah foto atau video dan membaginya dengan pengikut mereka atau dengan sekelompok teman tertentu. Pengguna juga dapat melihat, mengomentari, dan menyukai unggahan yang dibagikan oleh teman-temannya di Instagram.

Konten yang sering ditemui di Instagram pada umumnya adalah konten-konten yang dikurasi yang beresolusi tinggi dan tajam yang direkam menggunakan perangkat elektronik (kamera digital atau kamera *smartphone*) termutakhir. Namun di tengah-tengah derasnya konten yang diproduksi dengan perangkat terbaru tersebut, terdapat satu fenomena konten yang diproduksi dengan teknologi fotografi analog (yang pernah diprediksi akan usang), yang beredar di ekosistem media sosial Instagram, yang bernama *New Analog Photography*. Margadona (2023:4) mendefinisikan *new analog photography* sebagai fotografi hibrid. *New analog photography* awalnya diproses seperti fotografi analog pada umumnya dengan emulsi film dan *grain silver*, tapi kini hasil akhirnya bersirkulasi di dunia digital. Bangkitnya kamera

analog di tengah-tengah ekosistem digital ini menjadi kajian yang menarik untuk diulas. Ketika teknologi yang pernah berjaya seperti televisi analog yang kini tergantikan oleh televisi digital atau telepon rumah digantikan *smarthpone*, kamera analog dapat bangkit di tengah gempuran kamera digital yang semakin canggih, efektif, dan efisien. Konten Instagram dengan tema *new analog photography* merupakan bentuk pengarsipan digital personal dari pengguna Instagram yang melakukan praktik tersebut karena memiliki nilai yang berharga dan bermakna yang patut dilestarikan baik alasan praktis atau sentimental.

Masalah yang dihadapi dalam artikel ini adalah menghubungkan praktik *personal digital archiving* (PDA) dengan fenomena *new analog photography* di Instagram. Studi sebelumnya memberikan gambaran yang terpisah antara fenomena *new analog photography* dan praktik PDA di media sosial. *New analog photography* di Instagram lebih banyak dikaji dari sudut pandang kajian media baru, budaya dan teknologi. Oleh karena itu, artikel ini diarahkan untuk membahas fenomena *new analog photography* di Instagram dengan sudut pandang kearsipan yaitu praktik PDA yang lahir dari eksplorasi *personal branding*, pencarian autentisitas dan detoksifikasi digital oleh generasi milenial dan Gen Z.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang menjadi pembahasan pokok dalam artikel ini adalah bagaimana peran milenial dan Gen Z dalam membangkitkan fenomena *new analog photography* di Instagram? Untuk memfokuskan pembahasan, rumusan masalah diformulasikan ke dalam pertanyaan penelitian berikut:

1. Bagaimana peran media sosial, terutama Instagram sebagai wadah *personal digital archive* bagi generasi milenial dan Gen Z?
2. Bagaimana peran generasi milenial dan Gen Z dalam membangun *personal branding*, pencarian autentisitas dan detoksifikasi digital terhadap fenomena *new analog photography* di Instagram?
3. Apa dan bagaimana peran *hashtag* (tagar) dalam penyebaran konten *new analog photography* di Instagram?

Kerangka Pemikiran

Pada artikel ini, terdapat dua tema yang dibahas yaitu tentang fotografi analog dan *personal digital archiving*. Sehingga kerangka pemikiran disusun dengan merinci konsep-konsep utama yang mendukung pemahaman tentang dua tema tersebut. Dengan kerangka pemikiran di bawah ini, artikel ini

bertujuan untuk mendalami pemahaman tentang mekanisme-mekanisme yang menghubungkan praktik *personal digital archiving* dengan fenomena *new analog photography* yang menjadi fokus dalam artikel ini.

Personal Digital Archiving (PDA)

Secara tradisional, arsip personal merupakan arsip privat. Arsip privat individu atau keluarga pada umumnya terdiri dari beberapa jenis di antaranya buku harian (*diary*), surat korespondensi personal, buku catatan, catatan memo, arsip foto, dan variasi ephemera lainnya (Marshall, 2018:19). Bentuk dan jenis arsip personal ini berubah-ubah seiring teknologi yang digunakan dan kini arsip berwujud digital adalah yang populer digunakan. Dalam bahasa Indonesia, jarang ditemukan terjemahan baku istilah pengarsipan personal digital yang dikaji dalam penelitian. Namun dalam kajian berbahasa Inggris, ditemukan banyak penelitian yang menyebut sebagai *personal digital archive* dan praktiknya dengan *personal digital archiving (PDA)*. Reyes (2016:1) menjelaskan *personal digital archives* sebagai arsip original dari individu-individu dalam bersosialisasi, yang menceritakan hidup seseorang, yang memberikan kesaksian dari memori individu tersebut. Menurut Redwine & Beagrie (2015:7) *personal digital archive* merupakan istilah untuk “barang digital” yang kita buat dan simpan setiap hari.

Pemaknaan barang digital yang dimaksud oleh Redwine & Beagrie tidak terpaku pada satu jenis tertentu. Barang digital bisa berupa surat elektronik (*e-mail*), profil akun media sosial, atau foto digital baik dari *smartphone* atau kamera digital. *Personal digital archive* begitu penting karena memberikan sudut pandang personal yang unik dalam peristiwa. *Personal digital archive* merepresentasi “individu-individu dan aktivitasnya”, menjadi “bukti dari proses di balik pencapaian dan peristiwa bersejarah” dan merupakan cara untuk menghidupkan “dunia masa lalu dengan cara yang menggugah” (John et al., 2010:98). Dari penjelasan-penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa tiap individu memiliki *personal digital archive* sebagai barang digital yang merepresentasikan individu-individu yang menceritakan tentang hidupnya, yang menjadi bukti dari proses di balik pencapaian dan peristiwa bersejarah.

Old analog photography dan new analog photography

Selama dua dekade terakhir, individu secara bertahap berubah menjadi inti kehidupan yang “bergambar” (Van Dijk, 2008:60). Van Dijk menggambarkan penemuan alat fotografi begitu kuat mengubah kebiasaan manusia untuk memotret momen-momen di kehidupannya. Hal ini terjadi disebabkan teknologi digital berkembang pesat dan

kamera digital mulai banyak diproduksi. Pada saat itu teknologi fotografi analog mulai ditinggalkan dan diprediksi tidak terpakai lagi. Namun kamera analog menolak mati dan justru bangkit di tengah ekosistem media digital. Untuk memahaminya, Margadona (2023:4) membagi ke dalam dua fase yaitu *old analog photography* (kemudian disebut “*old analog*”) dan *new analog photography* (kemudian disebut “*new analog*”). Pada dasarnya, *old analog* dan *new analog* memiliki tahapan dalam memproduksi foto yang sama yang melalui tiga proses, yaitu *capturing* (emulsi stril rol yang menangkap eksposur sinar cahaya), *developing* (proses stril rol yang direndam dalam cairan kimia), dan produk akhir. Jika *old analog* produk akhirnya berupa film negatif, produk akhir dari *new analog* adalah layar (*laptop, smartphone, tablet*) untuk menikmati hasil foto yang kemudian dibagikan dan beredar di ekosistem media baru (Margadona, 2023:2-3). Tekstur *grain* yang khas diproduksi kamera analog, beralih ke metrik-metrik piksel citra digital di layar perangkat elektronik.

Di antara *old analog* yang hampir usang dan *new analog* yang bangkit ini terdapat jarak beberapa tahun dan juga terdapat perbedaan cara pemakaian, pemaknaan dan menikmatinya. Terdapat peran Lomography yang menjembatani dua fase fotografi analog tersebut. Pada

saat itu, *old analog* memiliki kecenderungan fotografi yang terkonsep, hanya dipakai di momen-momen penting spesial, dan membutuhkan biaya yang mahal. Terdapat aturan-aturan tidak tertulis yang 'kaku' dalam pemotretan *old analog* dan Lomography menjadi antitesis aturan-aturan tersebut. Lomography didirikan di Vienna pada tahun 1992 dengan mendirikan Lomographic Society International (LSI) di mana organisasi ini berdedikasi untuk dunia analog dan fotografi yang eksperimental dan kreatif (*Lomography*, n.d.). Gerakan Lomographic dimulai sejak tahun 1992 yang berperan membawa unsur spontanitas dan *low-fidelity aesthetic* ke dalam fotografi analog (Margadona, 2023:3).

Lomography menuangkan konsepnya ke dalam manifesto “The 10 Golden Rules” yang mengelaborasi filosofi Lomography yang penuh dengan unsur eksperimental dan elemen tidak terduga (*Lomography*, n.d.). Setelah 10 *golden rules lomography* ini, bentuk baru fotografi analog lahir dengan nama *new analog photography*. Lomography berperan menjembatani antara fotografi tradisional, “*old*”, dan kontemporer, “*new*” *analog*. Margadona (2023:7) mendeskripsikan aturan dasar *new analog* yang mengadopsi teori Fontcuberta dalam aturan dasar *post-photographic*. Aturan ini diperinci ke dalam sepuluh poin, yang

Joan Fontcuberta sebut sebagai “*decalogue*”, yang mengelaborasi metodologi, arti, dan estetika *new analog*.

METODE PENELITIAN

Penulisan artikel ini menggunakan pendekatan studi kasus kualitatif. Studi kasus adalah penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer ('kasus') dalam konteks kehidupan nyata, terutama ketika batas-batas antara fenomena dan konteks tidak jelas terlihat (Yin, 2003:16). Penelitian dengan metode ini fokus pada kasus-kasus tertentu secara mendalam sehingga dapat mengidentifikasi hubungan sosial, proses, dan kategori yang secara simultan dapat dikenali dan unik (Hodgetts & Stolte, 2012:382). Pendekatan studi kasus menurut Yin (2003:5) dalam sebuah penelitian adalah fokus untuk menjawab pertanyaan 'bagaimana' dan 'mengapa' dengan tidak membatasi kontrol dari perilaku peristiwa dan lebih fokus pada peristiwa kontemporer. Fokus dalam artikel ini adalah fenomena atau kasus yang unik terjadi di mana media sosial yang merupakan platform yang lahir di era internet, terdapat konten yang dihasilkan dari teknologi yang sudah usang. Sehingga metodologi ini mampu menggambarkan dengan tepat. Pengumpulan materi dalam penyusunan artikel ini mengambil beberapa sumber informasi melalui pengambilan sampel

sebaran fenomena melalui kuesioner, observasi langsung di sosial media dan studi pustaka untuk menangkap fenomena yang dikaji.

Pengumpulan sampel dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden dalam bentuk kuesioner Google Form untuk mendapatkan data sampel terkait *personal branding*, autentisitas, dan detoksifikasi digital. Hal itu dilakukan sebagai upaya memberi gambaran langsung fenomena ini terjadi di Instagram oleh pengguna yang melakukannya guna mendukung teori-teori dan analisis dari data studi pustaka yang diperoleh.

PEMBAHASAN

1. Media sosial Instagram sebagai platform *personal digital archiving* (PDA)

Smartphone yang kini ada di mana-mana telah membawa banyak perubahan pada cara manusia dalam mendekati dan memahami kehidupannya. Meskipun awalnya dipahami sebagai perangkat untuk komunikasi suara, telepon seluler telah berkembang menjadi alat komunikasi pribadi yang lebih serbaguna dan canggih (Chopra-Gant, 2016:1). Ketika *smartphone* baru diumumkan, kualitas dan spesifikasi kamera biasanya menjadi yang utama (Zhang, 2015). Manufaktur produsen *smartphone* saling berlomba merilis *smartphone* dengan fitur kamera

terbaiknya dan popularitas penggunaan kamera ponsel meningkat pesat mendukung dan mendorong penerapan fotografi pribadi yang komunikatif dan baru. Gambar yang diedarkan melalui ponsel digunakan untuk menyampaikan pesan singkat, atau sekadar untuk *m e n u n j u k k a n p e n g a r u h*. 'Menghubungkan' atau 'berhubungan', bukan 'menangkap realitas' atau 'pelestarian memori', adalah makna sosial yang ditransfer ke jenis fotografi ini (Van Dijck, 2008:62). Kepopuleran media sosial sebagai platform untuk berbagi foto dan video semakin mendukung pergeseran fungsi fotografi sebagai alat saling menghubungkan dan berhubungan antarpengguna.

Media sosial adalah sebuah aplikasi yang mengizinkan pengguna untuk membentuk jejaring dan bersosialisasi secara dalam jaringan dan membentuk komunitas (Hockx-Yu, 2014:2). Dari sekian banyaknya media sosial yang tersedia, Instagram merupakan salah satu yang paling populer digunakan. Instagram merupakan platform yang perkembangannya luar biasa dalam sejarah media modern. Instagram merupakan platform yang fokus pada bentuk media foto dan video, sehingga merupakan platform yang cocok untuk mengamati fenomena perubahan fotografi pribadi yang komunikatif dan baru yang disebut di atas. Selain itu

Instagram merupakan platform yang digunakan mayoritas generasi milenial dan Gen Z untuk menyimpan arsipnya.

Survei yang dilakukan oleh Cannelli & Musso (2022:266) menunjukkan kebiasaan pengguna media sosial untuk menyimpan arsip digitalnya. Survei ini didapatkan dari 275 responden dalam rentang umur 18-55 tahun ke atas. Dari survei ini ditemukan hasil bahwa dalam praktik PDA, responden mayoritas mengunggah konten yang mereka ciptakan di Facebook dan Instagram. Hanya terdapat tiga partisipan yang menggunakan media sosial namun tidak memiliki akun Facebook dan Instagram. Responden pada umumnya cenderung mengunggah konten tentang keseharian (*everyday life*), acara spesial (*special events*), atau *personal interest*. Hasil survei juga menunjukkan kecenderungan responden untuk melestarikan atau menyimpan dalam bentuk fotografi (231 responden), *private messages* (94), dan selebihnya adalah komentar, *likes*, postingan konten yang tersimpan, dan lain-lain. Penelitian lain yang dilakukan oleh Criteo (2018:10) terhadap responden di Amerika Serikat mendapatkan data bahwa Gen Z yang lebih muda menyukai platform media sosial yang lebih baru seperti Snapchat dan Instagram, di mana Gen Z yang lebih tua tetap menggunakan Facebook. Temuan ini juga berhubungan dengan studi lain yang menunjukkan

terdapat penurunan dominasi Facebook di antara kelompok anak muda ini, tapi hal ini tetap menjadi bagian penting dari sejarah media sosial mereka (Ipsos, 2018:74). Sebanyak 72% pemuda berumur 13-17 tahun menggunakan Instagram, 69% menggunakan Snapchat dan hanya 51% menggunakan Facebook (Ipsos, 2018:86). Temuan tersebut menegaskan bahwa dominasi Instagram begitu kuat dan semakin tidak bisa terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari, terutama generasi milenial dan Gen Z, yang secara tidak langsung juga menyimpan arsip digitalnya di Instagram.

Personal digital archive menjadi barang yang tercipta setiap hari dan kewenangan dalam mengelola arsip tersebut menjadi tanggung jawab masing-masing. Hal ini menimbulkan pertanyaan di mana posisi arsiparis mengambil peran dalam mengarsipkan *personal digital archive* ini. (Lee, 2011:4) berpendapat di era arsip personal digital lebih banyak tercipta sehari-hari melalui perangkat digital, arsiparis tidak lagi terjun langsung mengelola *personal digital archive*, namun fokus peran arsiparis adalah mendidik masyarakat dan membekali mereka dengan alat dan sistem *self-archiving*—strategi pragmatis bagi pencipta individu untuk mengumpulkan, dan mengatur aset digital yang disimpan di media dalam lingkup mereka. Meskipun tidak ada harapan bahwa

institusi akan mengumpulkan arsip pribadi ini, banyak arsiparis mengakui bahwa bidang arsip pribadi telah berubah. Mereka mempelajari bagaimana orang-orang menyebarkan informasi pribadi dan 'mengarsipkannya', memberi saran kepada para pembuat konten mengenai praktik pelestarian yang komprehensif. Oleh karena itu, arsip-arsip yang tercipta di media sosial otoritas pengarsipannya berada di tangan masing-masing pemilik profil dan bagaimana pencipta mengelolanya dipengaruhi oleh seberapa sadar pengguna betapa pentingnya pengarsipan agar arsip digital yang mereka ciptakan dapat aman dan tersimpan dengan baik.

Penelitian dan survei di atas menunjukkan tendensi generasi milenial dan Gen Z dalam bermedia-sosial untuk menyimpan arsip pribadinya di Instagram, dan media fotografi masih mendominasi bentuk yang paling populer untuk digunakan. Pengguna media sosial Instagram yang mayoritas adalah milenial dan Gen Z sangat gemar eksplorasi dan pada satu titik salah satu eksplorasinya adalah *new analog photography*.

2. Fenomena *new analog photography* di Instagram dan peran generasi milenial dan Gen Z dalam membangkitkan fenomena *new analog photography*

Fenomena *new analog photography* yang terjadi di Instagram ini menjadi sebuah anomali di zaman canggih dan modern, yang dituntut serba cepat dan praktis, kamera analog – yang membutuhkan pengoperasian dan proses yang sama sekali tidak praktis dan cepat ini – masih ada peminatnya dan justru penggerak pembangkitnya adalah anak muda yang umumnya adalah generasi milenial dan Gen Z. Mengapa ini bisa terjadi? Beberapa alasannya adalah eksplorasi generasi milenial dan Gen Z yang memiliki kesadaran terhadap *personal branding* di media sosial yang berkaitan dengan pencarian autentisitas, dan detoksifikasi digital yang membangkitkan fotografi analog sehingga tercipta fenomena *new analog photography*.

Membangun *personal branding* di media sosial dan pencarian autentisitas

Dengan teknologi yang jauh lebih terintegrasi ke dalam kehidupan mereka dibandingkan generasi sebelumnya, Gen Z adalah penafsir alami platform digital, fasih dalam bahasa teknologi – ahli bahasa digital sejati (Madden, 2018:33). Teknologi menjadi bagian penting dari Gen Z karena anggota Gen Z tumbuh dengan konektivitas global instan yang difasilitasi oleh *smartphone*, *tablet*, *wearable devices* (*smartwatch*, *smartband*, dan *smartglasses*), platform

media sosial, dan sebagainya (Ipsos, 2018:49). Teknologi, ekosistem internet dan media sosial bagi generasi milenial dan Gen Z yang tumbuh beriringan dengan dunia digital secara organik membangun kesadaran mereka terhadap *personal branding* mereka di media sosial sebagai eksplorasi pencarian identitas dan sebagai salah satu cara memperluas jejaring dan membuka potensi pekerjaan. Di dunia digital di mana informasi menyebar secara instan dan terus-menerus, *branding* (perusahaan atau pribadi) menjadi hal yang penting untuk bertahan di abad ke-21 (Kang, 2013:17).

Instagram menjadi media sosial yang populer untuk membangun *personal branding*. Kepopuleran Instagram di kalangan anak muda sesuai dengan temuan survei yang dilakukan oleh Vitelar (2019:264) yang melibatkan 100 responden Gen Z di Rumania. Survei ini menunjukkan bahwa seluruh responden memiliki *online presence* di beberapa jaringan media sosial yaitu sejumlah 98% memiliki akun Instagram, 85,7% memiliki akun Facebook (Meta), dan hanya 30% yang memiliki akun LinkedIn. Temuan tersebut menunjukkan hasil yang sama dengan penelitian sebelumnya mengenai topik ini, yang menunjukkan bahwa Gen Z lebih memilih Instagram sebagai jejaring sosial dibandingkan Facebook (Ipsos, 2018:86). Selain itu, sejumlah 80% responden menganggap

bahwa jejaring sosial paling efektif untuk membangun *brand* adalah Instagram. Oleh karena itu, menurut anak muda Rumania, Instagram mendukung kebutuhan ekspresi diri dan identitas diri mereka, terutama ketika membangun *personal branding*.

Vitelar (2019:265) dalam surveinya juga menemukan fakta bahwa jenis konten yang Gen Z unggah di akun media sosial adalah foto atau video (57% responden hanya mengunggah foto di profil mereka). Hal ini sejalan dengan pembahasan sebelumnya yaitu media sosial yang populer digunakan oleh generasi milenial dan Gen Z adalah Instagram yang merupakan platform untuk berbagi foto atau video. Dari segi jenis unggahan konten di Instagram, sebanyak 70% responden Gen Z kerap mengunggah konten foto atau video di *feed* yang mengungkapkan informasi tentang dirinya maupun tentang teman-temannya. Oleh karena itu, berkomunikasi dan membangun jaringan sosial di internet tampaknya relevan bagi responden muda. Survei ini mengonfirmasi apa yang ditulis oleh Van Dijck (2008:60) bahwa kelompok yang lebih tua umumnya menganut kegunaan primer fotografi sebagai alat memori, khususnya dalam konstruksi kehidupan keluarga, sedangkan remaja dan dewasa muda menggunakan alat kamera untuk percakapan dan membangun kelompok teman sebaya.

Bagi Gen Z, *personal brand* atau citra yang mereka bangun di media sosial merupakan alat penting untuk karier profesionalnya. Mereka ingin terlihat autentik sehingga tidak ragu dan takut dalam mengeksplorasi hal-hal baru untuk mencapai hal itu. Autentisitas merupakan faktor penting dalam upaya *personal branding* mereka, diikuti oleh atribut pribadi dan konten media sosial mereka (Francis & Hoefel, 2018). Eksplorasi pencarian autentisitas dalam *personal branding* generasi milenial dan Gen Z ini salah satu faktor bangkitnya *new analog photography*. (Sax, 2016:xii) menyebut autentisitas menjadi salah satu faktor kembalinya teknologi analog di era digital. Sax mengungkapkan beberapa *keyword* di internet tentang fenomena ini, terutama jika dikaitkan dengan media dan industri musik. Ia menyoroti tiga istilah: 'autentisitas', 'nostalgia', dan 'milenial', dan generasi milenial bersama Gen Z adalah salah satu penggeraknya.

Meskipun fotografi digital masih memimpin pasar, tapi sejak tahun 2016 Kodak Alaris melihat terjadinya peningkatan permintaan pasar terhadap produk film seiring dengan terus tumbuhnya minat terhadap fotografi analog dan menjangkau fotografer generasi baru (Schlagwein, 2021). Pengguna film analog semakin meningkat dibuktikan oleh 30% responden yang berusia di bawah 35 tahun, dan 60% di

antaranya telah menggunakan film kurang dari 5 tahun (Ilford Photo, 2016). Fakta bahwa generasi milenial dan Gen Z yang memiliki andil tersebut merupakan aspek yang menarik dari kembalinya fotografi analog. Fotografi analog dipraktikkan oleh mereka yang kurang memahami teknologi lama dan memandang proses fisiokimia sebagai sarana untuk mencapai autentisitas dan estetika baru. Ketika memotret dengan film, penggunaanya mendapat benda yang *tangible* dalam bentuk negatif film, bukan sekadar kode biner 0 dan 1 di kartu memori kamera (Schlagwein, 2021).

Detoksifikasi digital

Generasi muda (khususnya generasi yang tumbuh dengan teknologi digital dan mulai mencoba fotografi analog), beranggapan bahwa fotografi analog adalah hal yang baru bagi mereka. Sehingga ketika mengoperasikan fotografi analog, hal itu menjadi praktik detoksifikasi digital (Schlagwein, 2021). Prosedur yang lambat, tidak sempurna, dan senyap memberikan pengalaman yang berbeda dibandingkan ketika menggunakan fotografi digital. Oleh karena itu, *new analog photography* juga dianggap sebagai praktik perlawanan terhadap keadaan *burnout* di tengah masyarakat di era hilangnya ritual (Han, 2020:32).

Teknologi analog dan media yang usang telah diasosiasikan dalam beberapa tahun terakhir dengan suatu bentuk kelambatan tertentu (Knowles, 2016:147). Fotografi analog atau dapat disebut '*slow photography*' dalam praktik detoksifikasi digital memberi kita wawasan yang dapat dikelola ke dalam proses pembuatan gambar, sehingga membuat media yang secara teknis sangat lengkap menjadi 'mudah dipahami' lagi (Photopia Hamburg, 2022). Seperti halnya '*slow food*', apa yang disebut '*slow photography*' ini telah menjadi bagian dari gaya hidup yang penuh kesadaran—sebuah perwujudan terkini dari gagasan '*less is more*' yang mengutamakan pemikiran sebelum melakukan dan menikmati sebelum menyelesaikannya. *Slow photography* memberi ruang bagi pengguna untuk menikmati proses dari memotret, merendam strip rol film ke dalam cairan kimia, memindai film negatif, dan menikmati hasilnya di film negatif sebagai keseluruhan ritual detoksifikasi digital dengan pelan dan penuh perhatian.

3. Penggunaan *hashtag* (tagar) dalam penyebaran konten *new analog photography* di Instagram

Gambar menjadi lebih seperti bahasa lisan karena foto berubah menjadi 'mata uang baru' untuk berinteraksi sosial. Gambar-gambar piksel, seperti halnya

kata-kata yang diucapkan lisan, beredar di antara individu-individu dan kelompok untuk membangun dan menegaskan kembali ikatan yang dibentuk. Kadang gambar juga disertai dengan keterangan *caption* yang membantu sebagai 'suara yang hilang' yang menjelaskan gambar tersebut (Van Dijck, 2008:61–62). *Caption* merupakan salah satu fitur yang ada dalam Instagram. *Caption* terdiri dari informasi tambahan yang terdapat pada unggahan konten Instagram. Secara umum, tujuan dari *caption* adalah untuk membantu pembaca untuk memahami lebih banyak informasi yang mungkin tidak ada dalam foto atau video. *Caption* dapat berupa informasi di mana, kapan, dan oleh siapa diambil, ditemukan, atau dieksekusi (Prihatmi et al., 2021:155). *Caption* juga dapat dimanfaatkan untuk menaruh tagar. Tagar adalah fitur penting di Instagram yang memungkinkan pengguna mendeskripsikan foto mereka dan menghubungkan pengguna yang memiliki minat yang sama (Small, 2011:873). Tagar di Twitter (X) dan Instagram memiliki fungsi yang sama yaitu dapat berguna untuk menjangkau pengguna lebih luas untuk tiap unggahan yang diberi tagar. Di *new analog photography* ini adalah salah satu yang memanfaatkan fitur tagar. Minat yang luas dan baru terhadap fotografi analog terlihat terutama di media sosial. Instagram membantu orang memahami fotografi

analog dan menemukan inspirasi dari foto-foto yang diberi tagar yang berkaitan dengan fotografi analog seperti #filmisnotdead, #analogphotography, #35mm, dan lain-lain.

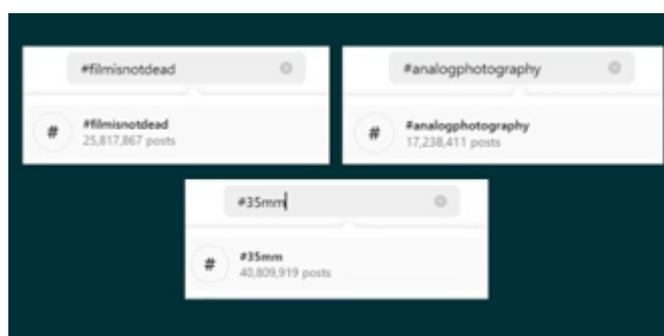
Ketika artikel ini ditulis (12 Oktober 2023), jumlah postingan konten yang diberi tagar #filmisnotdead sejumlah 25 juta lebih, tagar #analogphotography sebanyak 17 juta lebih, dan #35mm menyumbang terbanyak dengan 40 juta postingan lebih. Tagar di atas merupakan contoh yang paling banyak digunakan. Masih banyak tagar-tagar lain yang digunakan seperti jenis rol film yang digunakan, jenis kamera, dan lain-lain.

Survei yang dilakukan oleh Cannelli & Musso (2022:268) menyebutkan terdapat tiga genre yang biasa dipakai pengguna akun Instagram yang membagikan konten, yaitu 1) *everyday life*, 2) acara spesial, dan 3) *personal interest*. Penulis mengambil

sampel dari masing-masing genre dengan membagikan kuesioner berupa Google Form kepada responden-responden berikut untuk mengetahui lebih lanjut alasan mereka menggunakan foto analog dan mengunggahnya di akun Instagram mereka. Tiap unggahan dalam sampel di bawah juga menggunakan tagar untuk semakin memperlebar jangkauannya.

Responden pertama, Anin, berusia 24 tahun dan berdomisili di Bekasi, adalah pengguna Instagram yang gemar mengunggah konten foto analog dengan genre *everyday life*. Foto di bawah ini adalah hasil foto analognya ketika berjalan-jalan di sekitar Stasiun MRT Bendungan Hilir yang diunggah di akun Instagramnya @tustel.anin.

Anin juga menggunakan tagar dalam setiap unggahannya. Tagar yang kerap Anin pakai adalah #indo35mm. Anin menjelaskan menyukai kamera analog karena hasil foto yang dihasilkan



Gambar 1
Pencarian tagar di kolom pencarian Instagram pada tanggal 12 Oktober 2023
Sumber: Instagram.com

Jakarta. Ia yang menjadikan *tone* warna dan hasil yang tidak terduga menjadi alasan utamanya tertarik menggunakan kamera analog. Vania membagikan foto bergenre acara spesial yaitu ketika sahabat dekatnya sedang melaksanakan prosesi lamaran dan ia mengabadikan acara itu dengan kamera analog.

Vania menggunakan tagar untuk memperluas jangkauan foto analog yang diunggah. Tagar yang kerap dipakai adalah #analog, #analogphotography, #filmisnotdead #shotonfilm, dan #fujifilm.

Pengguna Instagram bernama Irfandaris, usia 28 tahun, adalah seorang fotografer yang berdomisili di Bandung. Menurutnya, alasan menggunakan kamera analog adalah awalnya karena coba-coba dan sebagai upaya untuk membangun *personal branding*. Setelah dijalani, ternyata Irfan lebih menikmati proses dan hasilnya dengan kamera

analog daripada kamera digital. Menurutnya hasil foto dengan kamera analog lebih unik dan autentik. Irfandaris kerap mengunggah konten foto analog di Instagramnya dan genre yang sering ia pakai adalah *personal interest* dalam bentuk fotografi portrait. Irfandaris membangun *personal branding*-nya di Instagram yang sekaligus sebagai portofolionya sebagai fotografer agar dapat diakses orang yang tertarik dan membuka kemungkinan kerja sama ke depannya.

Irfandaris juga menggunakan tagar agar jangkauan postingannya lebih luas. Tagar yang sering dipakai adalah #indo35mm, #filmphotography, #analogphotography, dan #pentxsp1000.

Data yang didapat dari responden di atas menunjukkan bahwa seluruh responden mulai mencoba fotografi analog setelah sebelumnya terbiasa dengan fotografi digital.



Gambar 4

Hasil foto analog acara lamaran sahabat Vania yang diunggah di akun miliknya @vvaninia
Sumber: Instagram.com



Gambar 5

Hasil foto portrait analog oleh Irfandaris yang diposting di akun Instagram miliknya @irfandarisptr
Sumber: Instagram.com

Seluruh responden juga membagikan hasil fotografi analognya di Instagram dengan mencantumkan tagar yang relevan dengan fotografi di *caption*, seperti #analogphotography, #35mm dan #filmisnotdead. Sejumlah 3 dari 4 responden mengungkapkan alasan menggunakan fotografi analog adalah untuk mencari hal yang unik dan asli (autentik). Sedangkan satu responden menjadikan fotografi analog sebagai *personal branding* untuk menunjang profesinya sebagai fotografer. Detoksifikasi digital tidak disebut secara langsung oleh responden sebagai alasan menggunakan fotografi analog. Seluruh responden membagikan dan menyimpan hasil fotografi analognya di Instagram sebagai wadah untuk menyimpan arsipnya agar mudah diakses.

Temuan tersebut di atas menjelaskan fenomena *new analog photography* di Instagram erat kaitannya dengan yang disebut konsumsi *post-digital*. Berry (2015:45) menjelaskan *post-digital* sebagai estetika maupun logika yang menginformasikan representasi ruang dan waktu dalam zaman setelah digital, namun tetap bersifat komputasional dan terorganisir melalui konstelasi teknik dan teknologi untuk mengatur segala sesuatunya agar tetap berjalan. *New analog photography* dimaknai sebagai sebuah estetika baru yang memiliki autentisitas dan keunikan tersendiri, namun fotografi ini bersirkulasi di media sosial yang Berry sebut bersifat 'komputasional dan terorganisir melalui konstelasi teknik'.

Aspek detoksifikasi digital tidak ditemukan langsung dari responden

sampel dalam artikel ini. Namun dari riset yang dilakukan oleh Humayun & Belk (2020:16) mendapatkan temuan terkait detoksifikasi digital. Sifat foto digital yang tidak kekal dan cair mendorong konsumsi tanpa berpikir dan kepasifan di dunia, di mana segala sesuatunya 'begitu cepat', sedangkan penggunaan alat analog memerlukan jeda, perenungan yang lebih lambat dan lebih bijaksana sebelum memproduksi atau mengonsumsi (Humayun & Belk, 2020:17).

Fenomena penggunaan kamera analog ini bahkan tidak hanya terjadi di kalangan anak muda yang gemar berbagi di Instagram saja. Kalangan profesional sutradara besar pun masih menggunakan teknologi analog untuk memproduksi filmnya. Christopher Nolan dalam memproduksi film "Oppenheimer (2023)" menggunakan kamera film seluloid IMAX (Mendelovich, 2023). Nolan melakukan banyak eksperimen dan menemukan metode analog yang menarik untuk memproduksi film Oppenheimer. Hal ini tidak lepas dari obsesinya kepada seluloid daripada digital dalam memproduksi film. Christopher Nolan bukan satu-satunya sutradara yang masih menggunakan seluloid film dalam memproduksi film. Beberapa di antaranya yaitu Quentin Tarantino, Wes Anderson, Sophia Coppola, dan Steven Spielberg (Schlagwein, 2021).

Contoh maraknya sutradara-sutradara terkenal yang memproduksi filmnya dengan film analog di atas merupakan bukti bahwa teknologi analog tidak hanya digunakan oleh anak muda yang mengeksplorasi film analog saja, kalangan profesional pun juga menggunakannya. Film analog bangkit tidak hanya untuk sementara dan akan tetap hidup jika fenomena ini tetap berlangsung dan meluas di masyarakat.

SIMPULAN

Survei dari Cannelli & Musso (2022:279) menyebutkan mayoritas anak muda menganggap konten yang mereka buat dan bagikan di media sosial sebagai jejak bermakna dalam kehidupan mereka, dan sebagai bagian penting dari arsip pribadi mereka. Peran dalam mengelola *personal digital archive* media sosial kini dilakukan oleh masing-masing pemilik akun, sedangkan peran arsiparis adalah mengedukasi bagaimana cara melakukan praktik *self-archiving*. Pengguna media sosial bebas mengekspresikan bentuk konten apa saja yang mereka bagikan di akun masing-masing dan bentuk eksplorasi ekspresi ini salah satunya menghasilkan fenomena *new analog photography*. *New analog photography* merupakan fenomena yang terjadi di media sosial terutama Instagram yang digerakkan oleh generasi milenial dan Gen Z yang kurang memahami teknologi

lama dan memandang proses fisiokimia sebagai sarana untuk mencapai autentisitas dan estetika baru.

Fenomena *new analog photography* lahir dari eksplorasi generasi milenial dan Gen Z yang memiliki minat pada dunia fotografi untuk membangun *personal branding* mereka di Instagram. Generasi milenial dan Gen Z yang tumbuh beriringan dengan dunia digital secara organik membangun kesadaran mereka terhadap *personal brand* mereka di media sosial sebagai eksplorasi pencarian identitas dan sebagai salah satu cara memperluas jejaring dan membuka potensi pekerjaan. Selain alasan *personal brand*, generasi milenial dan Gen Z mengejar keunikan dan autentisitas dalam mempraktikkan *new analog photography*. Bagi generasi milenial dan Gen Z yang tumbuh dengan teknologi digital dan mulai mencoba fotografi analog, fotografi analog adalah hal yang baru bagi mereka sehingga praktik *new analog photography* dapat dijadikan detoksifikasi digital.

Temuan yang didapat dari responden menunjukkan bahwa seluruh responden mencoba fotografi analog setelah sebelumnya terbiasa dengan fotografi digital. Seluruh responden membagikan hasil fotografi analognya di Instagram dengan mencantumkan tagar yang relevan dengan fotografi analog di *caption*, seperti #analogphotography, #35mm dan #filmisnotdead. Sejumlah 3

dari 4 responden mengungkapkan alasan menggunakan fotografi analog adalah untuk mencari hal yang unik dan asli (autentik). Satu responden menjadikan fotografi analog sebagai *personal branding* yang menunjang profesinya sebagai fotografer. Detoksifikasi digital tidak disebut secara langsung oleh responden sebagai alasan menggunakan fotografi analog.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan. Batasan atau implikasi dalam artikel ini adalah jumlah sampel yang diperoleh secara kuantitas belum representatif. Hal ini disebabkan adanya keterbatasan waktu dalam penyebaran kuesioner. Selain itu keterbatasan yang dihadapi adalah dalam pengumpulan data melalui kuesioner Google Form terdapat kendala jawaban yang diperoleh dari responden. Sampel yang diperoleh terkait penggunaan *new analog photography* yang dipraktikkan oleh responden belum mencakup semua variabel yang diteliti dalam praktik *new analog photography*. Tiga dari empat responden mempraktikkan *new analog photography* sebagai cara untuk mencari hal yang autentik, *personal branding* hanya dilakukan oleh satu responden, dan detoksifikasi digital tidak disebut secara langsung oleh responden sebagai alasan menggunakan fotografi analog. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat

menghimpun responden lebih banyak dengan demografi yang lebih variatif untuk dapat memetakan sebaran fenomena ini. Artikel ini menyajikan temuan bahwa fotografi yang merupakan salah satu bentuk arsip audiovisual memiliki keterkaitan dengan kajian topik sosial, budaya dan teknologi. Penelitian ini dapat memberikan pandangan baru untuk mengembangkan bidang kearsipan, terutama arsip bentuk khusus.

DAFTAR PUSTAKA

- Berry, D. M. (2015). The Postdigital Constellation. In D. M. Berry & M. Dieter (Eds.), *Postdigital Aesthetics* (pp. 44–57). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9781137437204_4
- Brown, N. (2015). Helping Members of the Community Manage Their Digital Lives: Developing a Personal Digital Archiving Workshop. *D-Lib Magazine*, 21(5/6).
- Cannelli, B., & Musso, M. (2022). Social media as part of personal digital archives: Exploring users' practices and service providers' policies regarding the preservation of digital memories. *Archival Science*, 22(2), 259–283. <https://doi.org/10.1007/s10502-021-09379-8>
- Chopra-Gant, M. (2016). Pictures or It Didn't Happen: Photo-nostalgia, iPhoneography and the Representation of Everyday Life. *Photography and Culture*, 9(2), 121–133. <https://doi.org/10.1080/17514517.2016.1203632>
- Criteo. (2018, June 5). *Criteo's Gen Z Report Unveils the Habits of the New Generation of Shoppers*. <https://www.criteo.com/wp-content/uploads/2018/05/GenZ-Report.pdf>
- Digital Preservation Coalition. (2018). *Personal Digital Archiving: Digital Preservation Topical Note 6*. <https://www.dpconline.org/docs/knowledge-base/1867-dp-note-6-personal-digital-archiving/file#:~:text=What%20are%20personal%20digital%20archives,websites%2C%20or%20social%20media%20interactions>
- Ernst, W., & Parikka, J. (2013). *Digital memory and the archive*. University of Minnesota Press.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *'True Gen': Generation Z and its implications for companies*. <http://ceros.mckinsey.com/quarterly-digital-promo>
- Han, B.-C. (2020). *The disappearance of rituals: A topology of the present*. Polity Press.
- Hockx-Yu, H. (2014). Archiving social media in the context of non-print legal deposit. *Archiving Social Media in the Context of Non-Print Legal Deposit*, 10. <https://library.ifla.org/id/eprint/999/1/107-hockxyu-en.pdf>

- Hodgetts, D. J., & Stolte, O. E. E. (2012). Case-based Research in Community and Social Psychology: Introduction to the Special Issue. *Journal of Community & Applied Social Psychology*, 22(5), 379–389. <https://doi.org/10.1002/casp.2124>
- Humayun, M., & Belk, R. (2020). The analogue diaries of postdigital consumption. *Journal of Marketing Management*, 36(7–8), 633–659. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2020.1724178>
- Ilford Photo. (2016, January 30). *The Results of our Film Survey are in. Ilford Photo*. <https://www.ilfordphoto.com/film-survey-2014/>
- Ipsos. (2018, July 4). *Ipsos Thinks: Beyond Binary: The lives and choices of Generation Z*. Ipsos. https://www.ipsos.com/sites/default/files/2018-08/ipsos_-_beyond_binary_-_the_lives_and_choices_of_gen_z.pdf
- John, J. L., Rowlands, I., Williams, P., & Dean, K. (2010). *Digital lives: Personal digital archives for the 21st century, an initial synthesis*. British Library. <https://britishlibrary.typepad.co.uk/files/digital-lives-synthesis02-1.pdf>
- Kang, K. (2013). *Branding pays: The five-step system to reinvent your personal brand* (1st ed). BrandingPays Media.
- Knowles, K. (2016). Slow, Methodical, and Muddled Over: Analog Film Practice in the Age of the Digital. *Cinema Journal*, 55(2), 146–151. <https://doi.org/10.1353/cj.2016.0005>
- Laurent, O. (2017, January 26). *Kodak, Fujifilm: Film Photography Is Definitely Back | TIME*. <https://time.com/4649188/film-photography-industry-comeback/>
- Lee, C. A. (Ed.). (2011). *I, digital: Personal collections in the digital era*. Society of American Archivists.
- Loertscher, M. L., Weibel, D., Spiegel, S., Flueckiger, B., Mennel, P., Mast, F. W., & Iseli, C. (2016). As film goes byte: The change from analog to digital film perception. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 10(4), 458–471. <https://doi.org/10.1037/aca0000082>
- Lomography*. (n.d.). Retrieved December 25, 2023, from <https://www.lomography.com/about/history>
- Madden, C. (2018). *Hello Gen Z: Engaging the Generation of Post-Millennials*. Hello Clarity; 2nd edition.
- Margadona, L. A. (2023). Understanding the New Analogue Photography: Meanings, Methodologies and Aesthetics. *New Explorations*, 3(1), 1097584 ar. <https://doi.org/10.7202/1097584ar>

- Marshall, B. H. (Ed.). (2018). *The complete guide to personal digital archiving*. ALA Editions, an imprint of the American Library Association.
- Mendelovich, Y. (2023, July 11). Christopher Nolan: "We came up with some very interesting analog methods of how to shoot Oppenheimer." *YMCinema - The Technology Behind Filmmaking*. <https://ymcinema.com/2023/07/11/christopher-nolan-we-came-up-with-some-very-interesting-analog-methods-of-how-to-shoot-oppenheimer/>
- Photopia Hamburg. (2022, April 7). *Slow Photography: The Magic of Deceleration and the "Digital Detox" of the Endless Snappers*. <https://www.photopia-hamburg.com/en/news-details-1/article/slow-photography-zauber-der-entschleunigung-und-digital-detox-der-endlos-knipser>
- Prihatmi, T. N., Anjarwati, R., & Rahayu, P. (2021). The Use of English on Instagram Captions: A Case Study in Camera Indonesia Photography Community. *EDUTECH : Journal of Education And Technology*, 5 (1) , 1 5 4 – 1 6 0 . <https://doi.org/10.29062/edu.v5i1.238>
- Redwine, G., & Beagrie, N. (2015). *Personal Digital Archiving*. Digital Preservation Coalition. <https://doi.org/10.7207/twr15-01>
- Reyes, V. (2016, March 10). Understanding The Fundamental Processes of Personal Information Management, A Comparison of AcademicU+0027s Personal Archiving Methods To The DCC Digital Curation Lifecycle Model. *iConference 2016 Proceedings*. iConference 2016: Partnership with Society, Philadelphia, USA.
- Sax, D. (2016). *The revenge of analog: Real things and why they matter* (First Edition). PublicAffairs.
- Schlagwein, F. (2021, October 2). *Analog photography makes a comeback – DW – 10/02/2021*. Dw.Com.
- Small, T. A. (2011). WHAT THE HASHTAG?: A content analysis of Canadian politics on Twitter. *Information, Communication & Society*, 14(6), 872–895.
- Van Dijck, J. (2008). Digital photography: Communication, identity, memory. *Visual Communication*, 7(1), 57–76.
- Vitelar, A. (2019). Like Me: Generation Z and the Use of Social Media for Personal Branding. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257–268.
- Yin, R. K. (2003). *Case study research: Design and methods* (3rd ed). Sage Publications.
- Zhang, M. (2015, February 12). *The Importance of Cameras in the Smartphone War*. PetaPixel.