

HIPERREALITAS “KEKINIAN” PADA PENGGUNA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM

(Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman)

Nindi Nisa Nurrahmani¹, Sugandi², Rina Rifayanti³

Abstrak

Nindi Nisa Nurrahmani, NIM. 1202055030, Hiperealitas “Kekinian” pada Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunika Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Uniersitas Mulawarman) dibawah bimbingan Drs. Sugandi, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Rina Rifayanti, S.Psi, M.Psi selaku Dosen Pembimbing II Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hiperealitas “kekinian” pada pengguna media sosial Instagram. Hal yang melatarbelakangi penelitian ini adalah peneliti ingin menunjukkan bahwa sifat hiperealitas ini bisa saja dimiliki oleh mahasiswa yang aktif bermedia sosial Instagram dan juga ingin melihat apakah mereka yang aktif bermedia sosial ini memiliki sifat hiperealitas pada topik ‘kekinian’ yang menjamur di Instagram. Metode penelitian pada penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif dengan model interaktif oleh Matthew B. Milles, A. Michael Huberman dalam Djam’an Satori.

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa narasumber yang telah diwawancari dengan dua fokus penelitian yaitu simulasi dan relitas, tidak memiliki sifat hiperealitas yang diakibatkan oleh topik-topik ‘kekinian’ dalam media sosial Instagram. Ketujuh narasumber dapat menyikapi topik-topik demikian secara biasa dan wajar meskipun ada beberapa jawaban yang termasuk dalam sifat hiperealitas. Namun tidak sampai mengubah kepribadian yang diakibatkan terpaan topik-topik ‘kekinian’ yang kian menjamur dalam media sosial. Sehingga peneliti menyimpulkan ketujuh narasumber ini tidak memiliki sifat hiperealitas pada topik ‘kekinian’ yang tersebar dalam media sosial Instagram.

Kata Kunci : Hiperealitas, Kekinian, Instagram, Mahasiswa

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: nindinisa59@yahoo.com

² Dosen Pembimbing I Dan Staf Pengajar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

³ Dosen Pembimbing II Dan Staf Pengajar, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Di era globalisasi yang serba canggih seperti sekarang ini, media massa sudah menjadi ‘makanan’ sehari-hari bagi khalayak ramai. Bukan dari media elektronik dan cetak saja, namun media baru seperti internet juga menyuguhkan lebih banyak informasi yang masyarakat butuhkan.

Menurut Laquey (1997) dikutip dalam buku Komunikasi Massa (Elvinaro dkk), internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif, sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya. Dewasa ini, internet telah tumbuh menjadi sedemikian besar dan berdaya sebagai alat informasi dan komunikasi yang tak dapat diabaikan.

Keberadaan media-media sosial ini ternyata menciptakan fenomena baru yang menarik untuk dikaji lebih dalam. Fenomena yang paling jelas adalah hiperealitas. Menurut Jean Baudrillard dalam Yasraf (2012) hiperealitas adalah efek, keadaan, atau pengalaman kebendaan dan atau ruang yang dihasilkan dari proses tersebut. Awal dari era hiperealitas ditandai dengan lenyapnya petanda dan metafisika representasi; runtuhnya ideologi dan bangkrutnya realitas itu sendiri, yang diambil alih oleh duplikasi dari dunia nostalgia dan fantasi, atau “(realitas) menjadi realitas pengganti realitas, pemujaan (*fetish*) objek yang hilang bukan lagi objek representasi, akan tetapi ekstase penyangkalan dan pemusnahan ritualnya sendiri”.

Dalam kemoderenan yang melahirkan banyaknya media sosial membuat semua orang merasa harus ikut bermain agar dianggap “kekinian”. Hiperealitas juga membuat orang-orang merasa telah melakukan sesuatu padahal mereka tidak melakukan apa-apa. Kita seolah-olah empati dan peduli di media sosial hanya dengan sebuah *hashtag*. Padahal di dunia nyata, kita adalah sosok yang anti sosial. Berteman dengan banyak orang di Facebook atau ratusan *follower* di Twitter dan Instagram membuat kita merasa orang-orang ingin mengetahui kehidupan kita.

Salah satu fenomena yang terjadi saat ini melalui media sosial Instagram, dimana banyak diantara penggunanya berlomba-lomba mengunggah foto-foto guna mengikuti *trend* yang disebut “kekinian”. Contoh sederhana, dengan menambahkan filter atau menggunakan *Photo editor* yang akan mengundang perhatian pengguna lain untuk memberi *like* hingga komentar pada foto yang telah di unggah. Disaat bersamaan, mengunggah foto “kekinian” dengan lokasi atau tempat populer seperti *mall*, *cafe*, taman hiburan, hingga wisata alam yang menyebabkan beberapa tempat rusak oleh para pengunjung yang sibuk *selfie* tanpa memperdulikan kondisi alam yang seharusnya dirawat dan dijaga, kasus ini terjadi pada Taman Bunga Amaryllis yang di rusak parah oleh para pengunjung yang sibuk *selfie*. (sumber: liputan6.com)

Hal ini menunjukkan bahwa realitas pada seseorang sebagai pengguna media sosial hanya terpaut pada apa yang ditampilkan dalam foto yang diunggah agar menarik banyak perhatian, ditandai dengan banyaknya *like*, tanpa memerdulikan kondisi nyata yang terjadi. Sehingga realitas yang dibangun sudah tidak sesuai dengan kenyataan.

Instagram bisa dikatakan merupakan aplikasi edit dan berbagi foto yang fenomenal. Sejak diluncurkan pada tahun 2010 lalu, aplikasi ini telah memiliki 400 juta lebih pengguna dari seluruh dunia. Jumlah komunitas pengguna Instagram telah berlipat ganda dalam waktu dua tahun terakhir dan terus tumbuh menjadi lebih *global*, dengan lebih dari 80% berasal dari luar wilayah Amerika Serikat. Dan dari angka tersebut, ternyata Indonesia merupakan urutan ketiga sebagai pengguna Instagram terbanyak. Di Indonesia, Instagram memiliki 22 juta pengguna aktif bulanan dan masih terus tumbuh. (sumber: techinasia.com dan arenalte.com)

Sebuah survey mengatakan bahwa mayoritas pengguna aktif Instagram di Indonesia adalah anak muda. Hal itu disimpulkan dari survey penelitian yang dilakukan oleh perusahaan *research market* dunia, TNS, atas pengguna Instagram di Indonesia. Senior Director TNS Indonesia Hansal Savla menjabarkan bahwa jenjang usia paling aktif yang menggunakan Instagram adalah orang berusia 18 – 24 tahun. Selain itu diketahui pula bahwa mayoritas pengguna Instagram Indonesia berjenis kelamin perempuan serta individu yang mapan dan pernah mendapatkan pendidikan tinggi. Mahasiswa bisa dikatakan pengguna paling aktif di Instagram mengingat rata-rata usia, status kemapanan serta berpendidikan seperti yang disebutkan dalam survei tersebut. (sumber: tribunnews.com)

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti melalui wawancara dengan beberapa mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman ditemukan adanya beberapa kebiasaan yang dilakukan mahasiswa dalam menggunakan media sosial instagram. Hampir semua mahasiswa Ilmu Komunikasi yang menggunakan *smartphone* pasti memiliki aplikasi tersebut, dan dari 7 di antara 10 mahasiswa merupakan pengguna aktif seperti rutin memposting foto atau video, mengikuti *trend* “kekinian”, hobi *travelling*, *hang out* di tempat-tempat tertentu, dan memiliki followers yang banyak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui sejauh mana hiperealitas “kekinian” pada mahasiswa pengguna media sosial instagram tersebut.

Kerangka Dasar Teori

Konsep Simulasi dan Hiperealitas Jean Baudrillard

Ide dasar teori ini adalah bahwa hiperealitas adalah suatu gagasan bahwa gambar di dalam layar kaca terasa lebih nyata daripada realitas fisik. Sedangkan strategi simulakra (simulasi realitas) memungkinkan realitas aktual untuk digeser, dan digantikan oleh realitas semu, duplikasi, kedangkalan dan kepura-puraan.

Simulasi, menurut Baudrillard, adalah tahap simulacrum saat ini: semua terdiri dari referensi tanpa referensi; suatu hiperealitas. Dunia hiperealitas adalah dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi objek-objek simulakrum, objek-objek yang murni ‘penampakan’, yang tercabut dari realitas sosial masa lalunya, atau sama sekali tak mempunyai realitas sosial sebagai referensinya.

Komunikasi Virtual

Komunikasi virtual merupakan komunikasi (proses penyampaian pesan) yang terjadi di dalam ruang maya atau dunia virtual yang bersifat interaktif. Teknik virtual dapat menciptakan suatu ilusi kehadiran melalui alat peraga, simulasi, kehadiran parsial (seperti suara yang disampaikan melalui telepon atau pikiran orang yang dituliskan dalam buku) dan ritual yang membangkitkan masa lalu dan membuat masa sekarang tidak ada. Komunikasi virtual sangat memicu munculnya sifat hiperealitas dalam diri seorang individu karena komunikasi virtual berbeda dengan komunikasi di dunia nyata yang dapat terjadi secara *face-to-face*. Dalam komunikasi virtual yang hanya mengandalkan internet, seorang individu tidak dapat memastikan kebenaran apa yang di dapat di dalamnya sehingga ada beberapa individu yang masih mempercayai apapun yang mereka temukan dalam komunikasi virtual tersebut.

Media Baru (New Media)

Media baru muncul pada tahun 1990 dengan terbitnya buku “*The Second Media Age*” yang menggambarkan munculnya teknologi interaktif dan komunikasi jejaring (*network communication*), khususnya internet yang akan mengubah kehidupan masyarakat dalam berkomunikasi.

Internet

Media baru (internet) adalah hasil rekayasa para pakar teknologi informasi yang berhasil menggabungkan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Disebut komunikasi massa karena bisa menjangkau khalayak secara global, dan dikatakan interpersonal karena pesan dibuat diarahkan dan dikonsumsi secara pribadi.

Internet sebagai Media Sosial

Teknologi internet mengalami perkembangan terus dengan munculnya berbagai macam fasilitas untuk mengakses informasi. Perkembangan terakhir adalah digunakannya sebagai media sosial (social network). Kenapa disebut media sosial, karena masalah sosial (interaksi sosial) yang dimediasi oleh media.

Media Sosial

Media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial memiliki kekuatan

pada *user generated content* (UGC) di mana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di institusi media massa.

Karakteristik-karakteristik Media Sosial

1. Jaringan (*network*)
2. Informasi (*information*)
3. Arsip (*archive*)
4. Interaksi (*interactivity*)
5. Simulasi sosial (*simulation of society*)
6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)
7. Penyebaran (*share/sharing*)

Jenis-jenis Media Sosial

1. Proyek kolaborasi *website*
2. *Blog* dan *microblog*
3. Konten atau isi
4. Situs jejaring sosial
5. *Virtual game world*
6. *Virtual social world*

Instagram

Instagram secara sederhana dapat didefinisikan sebagai aplikasi *mobile* berbasis iOS, Adroid dan Windows Phone dimana pengguna dapat membidik, mengedit, dan mem-*posting* foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Instagram awalnya dikembangkan oleh startup bernama Burbn, Inc yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger. Di tangan keduanya Instagram sukses membuat raksasa jejaring sosial Facebook bertekuk lutut sehingga bersedia membelinya seharga \$1 miliar, akuisisi itu terjadi pada 9 April 2012.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan termasuk jenis penelitian deskriptif dan akan dianalisis secara kualitatif. Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut memudahkan peneliti dalam mengolah data yang kemudian akan menjadi suatu kesimpulan. Adapun yang menjadi batasan dalam kajian ini adalah terletak pada *simulasi* dan *realitas* dalam

bermedia-sosial Instagram yang mengikuti trend “kekinian”. Dimana menurut Baudrillard simulasi yaitu kesadaran akan yang *real* di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu.

Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah benda atau orang yang dapat diamati dan memberikan data maupun informasi yang sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditetapkan. Ada pun sumber data tersebut yaitu:

1. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data tersebut berasal dari informan atau narasumber.
2. Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Sumber data tersebut antara lain berasal dari dokumen resmi, catatan-catatan, data yang berkenaan dengan penelitian yang telah ditentukan oleh peneliti.

Teknik Pengumpulan Data

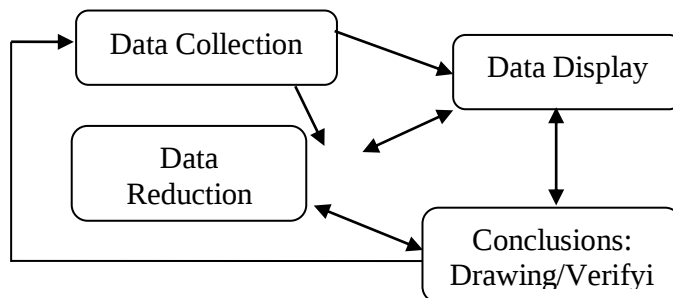
Peneliti menggunakan beberapa teknik dalam mengumpulkan data-data yang diperlukan, antara lain :

1. Observasi.
2. Wawancara.
3. Dokumen

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data deskriptif kualitatif. Analisis data deskriptif kualitatif adalah analisis yang hanya mendeskripsikan data apa adanya dan menjelaskan data atau kejadian dengan kalimat-kalimat penjelasan secara kualitatif.

Gambar 3.1
Komponendalamanalisis data, Miles and Huberman (1992)



Sumber: Djam'an Satori, A. K. (2014:218)

Model diatas memperlihatkan langkah-langkah yang harus dilakukan sebuah penelitian kualitatif, antara lain :

1. Data *Collection* (Pengumpulan Data)
2. Data *Reduction* (Reduksi Data)
3. Data *Display* (Penyajian Data)
4. *Conclusion Drawing/Verification*

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Pada bagian ini peneliti akan memaparkan tentang apa yang menjadi fokus penelitian pada bab yang telah diuraikan sebelumnya, hal ini berupa hasil wawancara kepada *key informan* yang terkait dengan masalah judul yang peneliti angkat, yaitu tentang Hiperealitas “Kekinian” pada Pengguna Media Sosial Instagram (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman). Peneliti menyajikan data dari konsep hiperealitas yaitu simulasi dan realitas berdasarkan teori Determinisme Teknologi.

Didalam penyajian data hasil penelitian dan pembahasan ini, peneliti akan menyajikan hasil penelitian dan wawancara yang dilakukan Kampus FISIP Universitas Mulawarman. Wawancara dilakukan sesuai dengan responden yang telah ditetapkan sebelumnya yaitu pada 7 mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Simulasi

Menurut hasil wawancara yang telah penulis lakukan pada Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi, dapat dikatakan bahwa media sosial Instagram sudah menjadi salah satu aplikasi yang paling sering digunakan. Hal ini dapat membuat si pengguna menjadi hiperealitas jika tidak dapat membedakan unggahan pada Instagram dan kenyataannya.

Dalam wawancara yang telah dilakukan, penulis mendapati fakta bahwa ketujuh Mahasiswa Ilmu Komunikasi memang pengguna aktif Instagram dan lima diantaranya hampir atau setiap hari membuka aplikasi Instagram, entah itu mengunggah foto atau hanya sekedar melihat-lihat unggahan pengguna Instagram lainnya.

Realitas

Realitas atau kenyataan itu adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena-fenomena atau gejala-gejala, yang diakui oleh manusia sebagai memiliki keberadaan (*being*) dan tidak tergantung oleh manusia itu sendiri. Realitas merupakan fakta sosial (dalam pandangan Durkheim) yang bersifat eksternal, general dan memaksa terhadap kesadaran masing-masing individu. Terlepas individu itu suka tidak suka, mau atau tidak mau, realitas tetap ada.

Setiap foto atau video yang diunggah di Instagram belum tentu sama persis dengan yang ada di kehidupan nyata. Misalnya, foto-foto pemandangan

yang sangat terlihat indah namun sebenarnya tidak seindah yang ada di foto. Atau video-video yang viral misalnya seperti video penampakan hantu yang belum tentu dibenarkan keasliannya. Dengan pertanyaan ‘apakah ketika melihat unggahan di media sosial Instagram Anda selalu ingin tahu dengan kebenarannya?’ Dua dari tujuh narasumber mengaku bahwa mereka selalu ingin tahu kebenaran dibalik unggahan di Instagram.

Pembahasan

Kemajuan teknologi di zaman sekarang memang sudah tidak diragukan lagi. Apalagi yang menyangkut media sosial semakin banyak jenis media sosial yang membuat kaum millennial merasa dimanjakan. Salah satunya Instagram yang di era ini sudah banyak sekali penggunaanya. Bukan hanya orang dewasa tetapi anak kecil yang seharusnya belum cukup umur juga sudah banyak menggunakan aplikasi tersebut. Maka dari itu peneliti memilih Instagram sebagai obyek penelitian. Dimana aplikasi tersebut banyak menyimpan berbagai macam konten. Mulai dari yang positif hingga yang negatif, dan konten kebohongan atau kenyataan. Hal ini mungkin memunculkan pemikiran apakah konten yang diunggah adalah kenyataan atau kebohongan. Karena tidak jarang para pengguna Instagram mengunggah konten yang tidak sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Terkadang masih banyak yang percaya pada unggahan-unggahan palsu yang ada di Instagram. Meskipun unggahan-unggahan tersebut hanya bertujuan untuk menghibur akan tetapi pasti akan ada orang-orang yang menganggap itu adalah kebenaran atau serius sehingga memunculkan pemikiran-pemikiran baru terhadap konten tersebut.

Karena penelitian ini membahas mengenai hiperealitas maka peneliti menggunakan teori konsep Simulasi dan Hiperealitas Jean Baudrillard untuk melengkapi penelitian ini. Hiperealitas adalah suatu gagasan bahwa gambar di dalam layar kaca terasa lebih nyata daripada realitas fisik. Atau keadaan dimana seseorang menganggap apa yang dilihat di layar kaca adalah yang sebenarnya. Keadaan ini biasanya dialami pada orang yang terlalu menelan mentah-mentah semua informasi yang dilihat sehingga langsung menganggap apa yang dilihatnya di media adalah yang sebenarnya terjadi.

Sedangkan fokus penelitian dimaksudkan untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut memudahkan peneliti dalam mengolah data yang kemudian akan menjadi suatu kesimpulan. Adapun yang menjadi batasan dalam kajian ini adalah terletak pada *simulasi* dan *realitas* dalam bermedia-sosial Instagram yang mengikuti trend “kekinian”. Karena definisi hiperealitas itu adalah keadaan dimana seseorang tidak dapat membedakan suatu peristiwa antara kenyataan atau kebohongan, maka dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah mahasiswa Ilmu Komunikasi memiliki sifat hiperealitas atau tidak.

Dalam fokus penelitian simulasi, yang diartikan sebagai proses penciptaan bentuknya model-model yang tidak mempunyai asal-usul atau referensi realitasnya sehingga memungkinkan manusia membuat yang supernatural, ilusi, fantasi, dan khayali menjadi tampak nyata. Dalam fokus ini peneliti membuat pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan sesuatu yang terlihat tampak nyata yang membuat apakah seseorang melakukan hal tersebut atau tidak. Contohnya pada pertanyaan “apakah Anda selalu tertarik pada topik atau konten yang sedang trend di media sosial Instagram?”, yang berarti jika narasumber tertarik dan selalu mengikuti topik yang sedang trend di media sosial ada kemungkinan dia memiliki sifat hiperealitas, karena menurut peneliti seseorang yang selalu mengikuti trend kekinian yang ada dalam media sosial khususnya Instagram sangat mudah tergoda untuk mencoba sesuatu hal yang baru yang sebenarnya tidak ada manfaatnya. Meskipun ia menganggap hal itu sebagai hiburan atau kegiatan iseng akan tetapi jika ia terus-menerus melakukan hal tersebut maka ia benar-benar memiliki sifat hiperealitas karena membuat hal yang semestinya tidak nyata menjadi nyata. Namun, dari ke tujuh narasumber yang sudah peneliti wawancarai tidak satu pun dari mereka yang selalu mengikuti trend kekinian yang terjadi dalam media sosial khususnya Instagram. Ada beberapa yang mengikuti trend kekinian akan tetapi tidak sampai menjadi candu hingga ingin melakukannya terus-menerus. Begitu juga dengan pertanyaan “bagaimana cara Anda membuat unggahan video atau foto Anda agar menarik perhatian khalayak?”, yang berarti ketika seseorang mengunggah suatu konten video ataupun foto ke Instagram, ada kalanya mereka menggunakan efek atau filter yang membuat unggahan tersebut terlihat bagus sehingga menarik perhatian khalayak. Atau dengan isi caption yang menarik yang mungkin bukan keadaan yang sebenarnya.

Sedangkan dalam fokus penelitian realitas, yaitu suatu kualitas yg terdapat dalam fenomena-fenomena atau gejala-gejala, yang diakui oleh manusia sebagai memiliki keberadaan (*being*) dan tidak tergantung oleh manusia itu sendiri. Dalam fokus ini peneliti membuat pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan keadaan realita para narasumber ini. Apakah sifat dan sikap mereka berbeda antara di dunia nyata dan di dunia maya. Contoh pertanyaannya “bagaimana kegiatan sosial Anda dalam kehidupan sehari-hari selain di dunia maya?”. Jika seseorang yang memiliki sifat hiperealitas, kehidupan antara dunia nyata dan dunia maya-nya tidak akan sama. Misalnya, dalam dunia nyata ia dikenal sebagai sosok yang pendiam, tidak memiliki teman yang banyak atau pergaulannya terbatas, dan kurang bersosialisasi. Sedangkan dalam dunia maya, ia berubah menjadi sosok yang berbeda yang pandai bergaul, memiliki banyak teman, ekspresif dan hal-hal positif lainnya. Itu menunjukkan bahwa ia menyembunyikan sebuah realita dari dua sudut pandang. Dari sudut pandang di dunia nyata ia menyembunyikan ‘dirinya’ yang di dunia maya, begitu pula sebaliknya, dari sudut pandang dunia maya ia menyembunyikan ‘dirinya’ yang di

dunia nyata. Namun, dari ke tujuh narasumber yang peneliti wawancarai tidak ada satu pun yang memiliki sifat seperti itu baik di dunia nyata maupun di dunia maya. Yang berarti ke tujuh narasumber tersebut tidak memiliki sifat hiperealitas.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ketujuh mahasiswa yang menjadi narasumber dalam penelitian ini tidak memiliki sifat hiperealitas. Dengan dua fokus penelitian yang sudah peneliti tetapkan, berdasarkan jawaban dari para narasumber ketujuh-nya masih menyikapi topik-topik ‘kekinian’ dengan biasa dan wajar. Namun tidak dipungkiri jika ada beberapa jawaban dari pertanyaan-pertanyaan tersebut sesuai dengan ciri-ciri orang yang memiliki sifat hiperealitas. Seperti selalu memanipulasi foto atau video yang akan diunggah sehingga belum tentu sama dengan yang aslinya, atau membuat kehidupan di dunia maya dan dunia nyata menjadi tidak sinkron. Akan tetapi, bukan berarti peneliti dapat memutuskan bahwa beberapa orang tersebut memiliki sifat hiperealitas karena jawaban mereka yang lain tidak menunjukkan demikian.

Perlu peneliti katakan bahwa hiperealitas memiliki banyak dampak negatif jika seseorang sudah masuk ke dalamnya. Efek hiperealitas yang melebur bersama dunia maya tersebut sudah meluas di era dimana informasi dapat kita terima hanya dengan sentuhan ujung jari. Informasi-informasi yang diterima, tidak pernah tahu mana yang benar dan mana yang salah. Kebenaran dan kebohongan sudah tidak dapat dibedakan batasnya. Kebebasan mengemukakan pendapat menjadi alasan kuat seseorang menyebarkan opininya meskipun tidak dilandasi alasan yang benar. Kalau berbicara soal dampak positif pada hiperealitas, mungkin bisa diambil ketika seseorang menemukan suatu hal yang baru dalam hidupnya, dan ia ingin mencoba hal tersebut karena ia menemukan semacam *passion*. Setiap manusia berhak mengeksplor pengetahuan dari media mana saja, termasuk media sosial. Dan itu merupakan hal yang positif jika melihat dari niat seseorang yang ingin mencoba hal baru.

Saran

Setelah menjalankan berbagai macam penelitian, peneliti harus mengatakan bahwa tidak ada saran yang bisa peneliti berikan karena ketujuh narasumber yang telah peneliti wawancarai tidak termasuk orang yang memiliki sifat hiperealitas. Dari beberapa pertanyaan yang peneliti berikan rata-rata narasumber menyikapi topik ‘kekinian’ yang ada dalam media sosial Instagram dengan wajar. Hal tersebut sangat benar karena tidak semua mahasiswa dapat menyikapi topik ‘kekinian’ seperti itu. Karena sifat hiperealitas dapat dimiliki oleh siapapun termasuk mahasiswa.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta:PT. Rineka Cipta
- Budiargo, Dian. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Fajar, Marhaeni. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi)*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Noegroho, Agoeng. (2010). *Teknologi Komunikasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Piliang, Yasraf Amir. (2012). *Semiotika dan Hipersemiotika (Kode, Gaya, & Matinya Makna) Edisi 4*. Bandung: Matahari
- Satori, Djam'an dan Komariah, Aan. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Tamburaka, Apriadi. (2013). *Literasi Media (Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa)*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada

Internet:

- Online, *Buku Media Sosial Kementerian Perdagangan*.
<http://www.kemendag.go.id/files/pdf/2015/01/15/buku-media-sosial-kementerian-perdagangan-id0-1421300830.pdf>. (diakses, 20 Agustus 2016)
- <http://dailysocial.id/post/pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-capai-22-juta> (diakses 14 Oktober 2016)
- <http://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia> (diakses 14 Oktober 2016)
- <http://m.tribunnews.com/techno/2016/01/15/mayoritas-pengguna-aktif-instagram-di-indonesia-adalah-anak-muda> (diakses 16 Oktober 2016)
- <http://dailysocial.id/post/apa-itu-instagram/> (diakses 16 Oktober 2016)
- <http://m.liputan6.com/citizen6/read/2377146/gara-gara-pengunjung-selfie-taman-bunga-amaryllis-rusak-parah> , (diakses pada 17 Oktober 2016)
- <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia> (diakses 9 Oktober 2016)
- <http://arenalte.com/berita/industri/pengguna-instagram-500-juta/>, (diakses 9 Oktober 2016)
- <http://blog.unnes.ac.id/sekararumngarasati/2015/11/05/jean-baudrillard/v>, (diakses 11 Maret 2017)

<http://media.neliti.com/media/publications/28520-ID-peran-media-massa-dalam-membentuk-realitas-sosial.pdf> (diakses 16 Oktober 2018)

<http://www.definisimenurutparaahli.com/pengertian-kontemporer-dan-contohnya/> (diakses 22 Juli 2019)

https://www.researchgate.net/publication/332332294_Konsep_Simulasi_dan_Hiperealitas_Jean_Baudrillard (diakses 22 Juli 2019)

Jurnal:

Astuti, Yanti Dwi. (2015). *Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media si Cyberspace*. Fakultas Sosial Ilmu dan Politik, Universitas Sunan Kalijaga (Vol.08/No.02/Oktober 2015) <http://www.ejournal.uin-suka.ac.id/isoshum/profetik/article/view/1084>

Suryadi, Israwati. (2011). *Peran Media Sosial dalam Membentuk Realitas Sosial* (Vol.03/No.02/Oktober 2011) <https://media.neliti.com/media/publications/28520-ID-peran-media-massa-dalam-membentuk-realitas-sosial.pdf>
