

Eksistensi Semu sebagai Fenomena Syndrom Hiperrealitas

Nurhaeni

HMI Cabang Kendari, Universitas Muhammadiyah Kendari

*Correspondence author: nurhaenijenn@gmail.com

Abstract. Existence in social space is not really real, but each has its strength. It is not only the positive benefits one can derive through this existence, but also the negative dangers which have a profound effect on one's character. The pseudo-existence must be used wisely by those who bear it so that it does not violate the rules for using internet media. The desire for a social community as a primary need as a social being is a phenomenon that occurs because of a syndrome, where the syndrome is known as hyperreality syndrome. When someone uploads a photo of himself, a few moments later the same thing will be done by other users. However, not all of what is emblazoned in the feed or the new media homepage is of positive value.

Keywords: pseudo existence, hyperreality, social media

Abstrak. Eksistensi di ruang sosial tidak benar-benar nyata namun masing-masing mempunyai kekuatan. Bukan hanya manfaat positif yang dapat diperoleh seseorang melalui eksistensi ini, melainkan pula bahaya negatif yang pengaruhnya sangat besar terhadap karakter seseorang. Eksistensi semu harus dimanfaatkan secara bijak bagi yang menyandangnya sehingga tidak menyalahi aturan penggunaan media internet. Keinginan yang dimiliki bagi suatu komunitas sosial sebagai kebutuhan primer sebagai makhluk sosial merupakan sebuah fenomena yang terjadi karena adanya syndrom, dimana syndrom tersebut dikenal dengan *syndrom hiperrealitas*. Ketika seseorang meng-*upload* sebuah foto tentang dirinya, maka beberapa saat kemudian akan terjadi hal yang serupa yang dilakukan juga oleh pengguna lain. Namun, apa yang terpampang dalam *feed* atau beranda media baru ini tidak semuanya memberikan nilai positif.

Kata Kunci: eksistensi semu, hiperrealitas, media sosial

PENDAHULUAN

Internet merupakan salah satu media paling strategis yang dapat digunakan untuk mempromosikan barang ataupun jasa. Pengguna internet diminati oleh masyarakat kota besar maupun daerah misalnya berbelanja melalui internet ketimbang harus pergi belanja secara konvensional. Ini menunjukkan bahwa betapa besar pengaruh internet terhadap daya minat pembeli. Masyarakat Indonesia yang sifatnya konsumtif lebih mudah terpengaruh dengan tampilan-tampilan yang ada di internet. Berbagai macam produk yang ditawarkan membuat para pengguna internet berbondong-bondong untuk memilikinya. Sebut saja, produk kecantikan yang mendorong para kaum perempuan untuk selalu terlihat cantik atau mempesona menurut paradigma yang sedang trend mengenai kecantikan. Selain itu, beberapa aplikasi pun banyak yang bermunculan dengan segala kemudahannya untuk diakses. Tanpa membatasi usia/umur, jenis kelamin, status sosial dan lainnya. Berbagai hal yang diunggah dalam internet diusahakan sedemikian rupa agar menarik perhatian para pengunjung media tersebut.

Internet ditemukan pada tahun 1990-an dan penggunaannya semakin meluas karena dipandang memberikan manfaat yang sangat besar bagi kelancaran proses kegiatan bisnis atau usaha salah satunya penerapan sistem oleh perusahaan bisnis. Para pelaku bisnis dengan lihai membaca peluang yang ada di dunia maya sebagai target atau sasaran dari bisnis mereka, termasuk beberapa aplikasi ternama. Semakin banyak individu atau kelompok yang menggunakan aplikasi mereka, semakin banyak pula keuntungan yang mereka dapatkan. Pemanfaatan dan penggunaan teknologi internet diharapkan dapat memberikan manfaat positif yang besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Bukan hanya mengenai dunia bisnis yang kompetitif, tetapi juga aspek perbaikan karakter generasi muda agar tidak tergerus oleh bahaya negatif perkembangan teknologi yang pesat. Tentunya, masyarakat ideal adalah masyarakat yang mampu menyesuaikan dengan perkembangan zaman tanpa meninggalkan nilai-nilai luhur yang terpatrit dalam jiwa seseorang. Tetapi seiring berkembangnya waktu, perkembangan teknologi internet justru banyak menimbulkan perubahan-perubahan negatif khususnya yang

berkaitan dengan identitas diri di dunia maya serta nilai-nilai sosial yang mulai diabaikan.

Angka pengguna internet dari tahun ke tahun semakin meningkat yang membuat pola aktivitas masyarakat banyak beralih ke dunia virtual dibandingkan dengan aktivitas manual. Sebut saja dalam dunia bisnis, sistem layanan *e-commerce* sedang naik daun dalam mendukung kelancaran marketing produk para pebisnis. Namun, dari sisi yang lain justru menggeser pola komunikasi antar masyarakat dari *face to face* beralih ke interaksi dunia digital. Peningkatan intensitas aktivitas di dunia digital lambat laun akan menuntut para penggunanya akan keeksistensi yang *continuu/berkelanjutan*. Mau tidak mau, suka tidak suka, tuntutan dunia digital harus dipenuhi agar tetap eksis. Hal demikian mengantarkan hal-hal privasi yang tidak layak dipertontonkan menjadi konsumsi publik hampir setiap hari. Tetapi, apabila perkembangan teknologi internet dapat digunakan sebagaimana mestinya maka hal-hal yang tidak sesuai dengan aturan main tidak akan terjadi. Kecepatan tersebarnya informasi dalam media ini menggiring masyarakat untuk tidak ketinggalan mengaksesnya. Mulai dari informasi positif hingga negatif tertimbun dalam genggaman kita dan juga sifatnya yang sangat cepat diserap oleh penglihatan atau pendengaran yang dimiliki.

Internet sebagai media baru tidak terlepas dari kelancaran aktivitas masyarakat pada saat ini. Kemunculannya mengalihkan segala perhatian kepadanya dan melupakan hal-hal yang sangat *urgent*. Berangkat dari latar belakang diatas, maka fokus pembahasan dalam *paper* ini adalah membahas bagaimana eksistensi diri yang semu di dunia digital dapat menggeser nilai-nilai sosial yang telah ada sejak lama, dimana notabene nilai-nilai tersebut masih dapat beradaptasi dengan perubahan zaman.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskripsi kualitatif yang menggunakan pendekatan teoritis dengan mengumpulkan beberapa konsep kemudian menganalisisnya. Dengan mengumpulkan berbagai teori, dan data yang terkait, kemudian menganalisis dan menyimpulkannya sehingga dapat menjelaskan

terjadinya eksistensi yang semu sebagai wujud fenomena *syndrom hiperrealitas* akibat perkembangan media sosial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Menurut Jean Baudrillard, *Hiperrealitas* adalah suatu gagasan bahwa gambar di dalam layar kaca terasa lebih nyata daripada realitas fisik. Dunia *hiperrealitas* menghadirkan model-model kekayaan sebagai sebuah simulasi bagi penikmatnya, sebuah simulakrum. Simulasi atas dasar tanda-tanda realitas (*sign of reality*) dimana tanda-tanda hidup bukan untuk melukiskan realitas yang diwakilkannya tetapi mereka hadir hanya untuk mengacu pada dirinya sendiri (Piliang, 2003). Simulasi atau simulakrum merupakan pembangunan konsep atau model realitas (realitas kedua) tanpa asal usul atau referensi dari realitas yang kemudian ditiru dan dijadikan realitas itu sendiri. Simulakrum dewasa ini bukan lagi cermin atau konsep (abstraksi dalam bentuk peta), tapi pembangkitan suatu realitas melalui model riil tanpa asal-usul. Simulakrum merupakan proses representasi atas suatu objek yang justru kemudian berubah mengganti objek itu sendiri. Simulakrum memang bukan lagi masalah meniru atau membuat duplikatnya, bukan pula suatu bentuk parodi, tapi masalah menggantikan tanda-tanda riil kemudian justru diperlakukan seakan sebagai yang riil itu sendiri.

Simulasi yang berarti citra, simbol, gambar buatan, atau segala hal yang “menyembunyikan” kenyataan. Dalam bukunya *Simulations*, Simulasi bukan menutupi kenyataan, namun kenyataan yang menutupi ketiadaan. Sehingga dapat dikatakan simulasi adalah nyata. Simulasi berarti bahwa citra tidak terkait dengan kenyataan apapun (Baudrillard 1983). Simulasi tidak hanya berkaitan dengan tanda, namun juga menyangkut kekuasaan dan relasi sosial, dimana yang berlaku adalah tanda murni yang kehilangan referensinya. Simulasi dan kode seluruh realitas menuju *hiperealitas* dimana tidak ada lagi distingsi antara realitas dengan khayalan, antara hasil kopian dengan realitas aslinya, dan dimana realitas diupkan menuju kelenyapan (Kushendrawati, 2006). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada lagi realitas dasar yang diacu oleh objek dan tanda-tanda. *Disneyland* adalah model sempurna dari bagaimana masing-masing orde saling berkaitan. Di sana ada

perompak, frontir, dunia masa depan, kastil-kastil, dunia robot. Sebuah dunia buatan dimana semua nilai dimuliakan, disimulasikan, dan dihadirkan kepada pemirsa (Baudrillard dalam Denzin, 1986). Segala sesuatu yang dapat menarik minat manusia – seperti model pakaian, peralatan rumah tangga, alat fitness –ditayangkan melalui berbagai media online dengan model-model yang ideal, sehingga batas antara simulasi dan kenyataan menjadi tercampur aduk lalu menciptakan *hiperrealitas* di mana yang nyata dan yang tidak nyata menjadi tidak jelas.

Eksistensi di Media Sosial

Media sosial merupakan media yang dapat menghubungkan orang per orang secara virtual atau dalam jaringan untuk berkomunikasi, berinteraksi tanpa terbatas ruang dan waktu. Media ini diciptakan untuk memudahkan antar individu agar dapat terhubung dengan mudah. Sebagaimana dalam Astuti dan Rps (2018), bahwa media sosial diciptakan untuk menunjang kehidupan masyarakat agar lebih mudah dalam berkomunikasi serta menyebarkan segala informasi yang mereka dapatkan. Informasi yang mereka bagikan dapat berupa gambar, kata-kata, foto maupun vidio. Media ini juga digunakan sebagai sarana marketing suatu produk, bahkan digunakan pula sebagai sarana konsolidasi suatu tujuan individu atau organisasi tertentu agar tujuan mereka dapat berhasil.

Media sosial ini merupakan suatu hal yang unik, di dalamnya personal dapat terhubung secara langsung dengan individu lainnya dari belahan dunia manapun. Hal ini dapat mengakibatkan hubungan antara individu-individu yang tidak dinyatakan dibuat-buat, dan membuat hubungan yang laten bagi para pengguna yang saling kenal di dunia *offline*. Orang-orang akan dengan mudah saling mengenal dan bertukar informasi melalui jaringan sosial mereka. Dewasa ini, perkembangan media sosial sungguh sangat canggih sehingga tidak heran jika penggunanya terdiri atas berbagai kalangan, tidak terkecuali dengan generasi saat ini sebagai pengguna aktif. Menurut Asosiasi Pengguna Jasa Internet Indonesia/APJII, pengguna internet di Indonesia berasal dari kelompok usia muda, umur 19-34 tahun dengan jumlah sekitar 49,52% dari total pengguna, dan mahasiswa merupakan populasi terbesar dari rentang usia tersebut. Dikutip dari laman inet.detik.com, laporan *We Are Social* bahwa pada tahun 2020 ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia dan temuan

mereka bahwa telah terjadi peningkatan 10 juta orang Indonesia yang aktif di media sosial. Tujuan penggunaan media sosial inipun dapat bermacam-macam, baik untuk *business online*, menyampaikan opini, hiburan, mengisi waktu luang, interaksi sosial maupun mencari informasi yang sedang naik daun.

Manovich (2001) menjelaskan dua tipologi yang mendekati *interactivity* dalam perspektif media baru yakni ke dalam tipe 'terbuka' (*open*) dan tipe 'tertutup' (*closed*). Dalam tipe 'terbuka' khalayak tidak sekedar disodorkan pilihan tetapi bisa menentukan cara mengakses media baru sesuai dengan apa yang diinginkan. Namun tipe 'tertutup' hanya membatasi khalayak untuk mengkonsumsi media sesuai dengan struktur atau pilihan yang sudah dibuat. Tanpa kita sadari, kekuatan segala macam informasi di dalamnya mempunyai kekuatan tersendiri untuk menyita perhatian kita sehingga tidak dapat lagi membedakan mana yang prioritas atau tidak. Kita malah melupakan komunikasi di dunia nyata yang benar-benar terjadi secara *real*. Ketika pengguna media ini akan selalu *update* dengan informasi yang masuk dalam smartphonenya maka dia akan nyaman untuk terus menikmati informasi yang mampu menciptakan interaktivitas sesama pencari informasi. Kemampuan mengendalikan diri dalam perilaku ini sangat penting agar tidak berakibat fatal.

Eksistensi di dunia sosial memiliki kekuatan masing-masing. Ketika seseorang mengalami suatu hal baik berupa kebahagiaan ataupun kesedihan, sesaat kemudian dia akan meng-*upload* itu dilihat oleh orang lain, maka ada rasa kepuasan tersendiri yang dia rasakan bahwa apa yang ia alami juga dirasakan oleh orang lain meskipun hanya secara virtual. Namun, apa yang terpampang dalam *feed* atau beranda media baru ini tidak semuanya memberikan nilai positif. Kemampuan mengendalikan diri dalam hal ini sangat penting dimiliki oleh para pengguna media sosial mengingat perkembangannya yang sangat mudah diakses memungkinkan terjadinya banyak hal negatif karenanya. Atas postingan-postingan dalam media internet membuat sebagian orang akan terobsesi dengan keindahan atau kemewahan yang ditampilkan sehingga membuatnya terlena. Ketika hal demikian sudah melekat dalam diri seseorang, maka yang bersangkutan akan mengalami gangguan atau *syndrom* pada psikologi maupun mentalnya. Ia akan merasa *insecurity* ketika kehidupannya

yang *real* atau nyata berbanding terbalik dengan apa yang dilihatnya dalam media sosial. Seseorang bisa saja bunuh diri karena tidak kuat dengan komentar-komentar negatif terhadap postingan yang pernah ia *update*.

Sebaliknya, orang juga bisa merasa sangat tenar atau terkenal karena keeksisannya di media ini. Dengan postingan-postingan yang menarik perhatian banyak orang, ia akan memperoleh banyak sanjungan dan pujian dari mereka yang melihat postingan tersebut. Tetapi, hal demikian tidak semuanya dapat sesuai dengan kenyataan hidup mereka. Postingan dalam media instagram atau *facebook* misalnya, semuanya benar-benar tidak *real* jika dilihat dari segi keindahan atau kemewahan. Bahkan, tidak sedikit pula orang-orang yang memanfaatkan media baru ini sebagai ruang untuk mengkritisi orang-orang yang dilihatnya. Banyak kasus yang terjadi diduga karena pengaruh media sosial. Misalnya, perpisahan suami istri yang dulunya rukun, ketika si istri atau suami fokus bermain dengan *gadget*-nya dengan mengabaikan hal-hal yang *urgent*, istri atau suami yang curhat di media sosial ketika bertengkar atau sebuah pasangan yang memamerkan kemesraan mereka di media sosial. Dari beberapa poin penting itu dapat ditarik kesimpulan bahwa apa yang terjadi dalam postingan media sosial tidak semuanya murni, melainkan ada unsur rekayasa belaka.

Ruang Sosial

Sebuah istilah dari Henri Levebre mengenai produksi ruang sosial, bahwa ruang sosial haruslah dirasakan, dipahami, dan dihidupi (*perceived, conceived, and lived*) secara sekaligus dalam keterikatannya dengan realitas sosial. Individu dan komunitas yang membentuk keterikatan dengan *cyberspace* harus bisa dideskripsikan dalam bentuk ruang sosial, yakni ruang sebagai bentuk yang dimaknai ajang kreatifitas yang diakui dan dimiliki bersama. Sedangkan Turkle menerangkan mengenai konsep identitas di dunia virtual yang menawarkan suatu bentuk yang berbeda, identitas kelompok yang lebih bebas, tidak terdesentralisasi, lebih cair, fleksibel dan selalu dalam proses (tidak berhenti). Maka dari itu siapapun di dunia maya ini merasa imajinasi mereka sungguh telah tertuang dengan sempurna.

Ruang sosial yang harus dihidupi tersebut menciptakan realitas baru yaitu identitas. Identitas yang dimaksud tentu saja didapatkan dengan serangkaian kegiatan yang menyatakan seseorang telah eksis di sebuah akun media sosial. Identitas inilah yang saat ini sedang ramai dikejar oleh masyarakat kita yang mungkin kurang eksis dalam dunia nyata. Pengakuan yang tidak tercapai dalam kehidupan sosial nyata maka dituangkan dalam kehidupan sosial dunia maya dan diakui oleh komunitasnya. Sehingga menyebabkan tidak sadarnya seseorang untuk terus melakukan hal yang sama. Banyak contoh yang dapat menjelaskan mengenai pembahasan diatas, sebut saja misalnya fasilitas vidio *streaming* dimanfaatkan oleh para remaja bahkan anak-anak yang menginginkan ketenaran di media sosial. Mereka yang masih dalam tahap pencarian jati diri akan berusaha bagaimana caranya agar postingan – postingan mereka dapat menarik banyak *followers* yang dapat menjadikan mereka terkenal.

Berapa banyak orang yang berusaha menampilkan sesuatu yang berbeda demi di *endorse* oleh *online shop*. Tidak jarang pula kita menemukan postingan yang menampilkan bagian tubuh yang seharusnya bukan sebagai tontonan dibuat demi menjadi perhatian banyak orang. Tayangan vidio bernada pornografi pun bermunculan dan dianggap bukanlah hal yang berbentuk pelanggaran. Sehingga masyarakat pengguna sosial akan terbiasa dengan keadaan yang demikian. Ruang sosial yang harus dihidupi pun akan terus hidup dan eksis dengan hal-hal yang mengandung konten-konten negatif. Untuk itu, peran masyarakat media sosial dalam hal ini sangat penting agar menciptakan kondisi interaksi secara sehat dan menjaga generasi muda untuk tetap teguh menjaga moral dan etika bersama.

Network Society

Network society menurut Castell menjadi salah satu bentuk atau lebih tepatnya sebuah masyarakat yang memiliki keterikatan pada bebasnya sebuah informasi dan teknologi itu sendiri. Masyarakat yang ada dalam dunia virtual telah tergantung untuk begitu bebasnya mendapatkan informasi sehingga membentuk komunitas yang baru. Pentingnya komunitas ini sering diungkapkan olehnya dalam *network society* sebagai suatu pertemuan beberapa jaringan sekaligus. Masyarakat dalam hal ini merupakan masyarakat yang terbentuk dari peran teknologi informasi sebagai

salah satu faktor pembentuk struktur masyarakat (Castells, 2004). Konteks teknologi juga dianggap memberikan hal-hal yang baru muncul dari manusia dan justru mengalienasi manusia. Keberadaan teknologi dalam masyarakat di mana mesin (sebagai hasil teknologi) akan menggantikan manusia, dimana saat itu manusia sudah tidak signifikan dan tidak diperlukan. Adapun konsep lain mengenai komunitas juga datang dari Bell dan Newby bahwa komunitas terbagi atas tiga yaitu komunitas atas wilayah geografis (berdekatan secara fisik), komunitas yang terbentuk karena hubungan sosial walaupun terpisah mereka terbentuk dikarenakan faktor-faktor sosial atau institusi-institusi sosial, dan komunitas yang tidak terikat pada fisik maupun sosial tetapi lebih kepada keterikatan personal. Media sosial memiliki karakter jaringan yang membentuk struktur sosial yang beroperasi berdasarkan jaringan informasi dalam mikroelektronik. Jaringan tersebut menjadi medium bagi pengguna untuk terhubung dalam mekanisme teknologi. Kemudian informasi dalam media sosial menjadi elemen terpenting sebagai komoditas yang diproduksi dan didistribusikan kepada pengguna lain. Media ini juga memiliki kemampuan untuk menyimpan informasi atau dokumen yang diterimanya di dalam sebuah *archive* /pengarsipan yang sewaktu-waktu dapat diakses kembali. Dari kegiatan mengkonsumsi berbagai informasi tersebutlah tercipta masyarakat yang berjejaring (*network society*).

Dengan munculnya teknologi informasi, transformasi masyarakat terus berlangsung secara massif di berbagai bidang seperti ekonomi, politik, sosial dan budaya. Di dalam bidang ekonomi misalnya, seorang ahli Castells melihat ada tiga (3) ciri kontemporer yang membedakannya secara fundamental dari era sebelumnya. Adapun ciri tersebut adalah informatif, global, dan bersifat jaringan. Produktivitas ekonomi ditentukan oleh kompetisi antar jaringan bisnis dalam sebuah jaringan global. Globalisasi pun menyediakan mekanisme sendiri melalui teknologi komunikasi yang kian canggih dan kian cepat menyebarkan informasi yang kemudian memperluas pilihan arah atau kiblat.

Dampak Eksistensi Semu

Dengan hadirnya internet dan media sosial tentunya dapat memudahkan penggunaannya dalam mendapatkan informasi sekaligus hiburan dari penjuru dunia

tanpa harus terbatas oleh jarak dan waktu, selain itu penggunaan media sosial oleh remaja dianggap sebagai salah satu wadah yang bisa membantu penemuan identitas diri, melalui media sosial remaja memiliki komunitas yang memberikan kesempatan untuk melakukan interaksi secara sosial dengan orang lain, hal ini dilakukan agar remaja mendapatkan umpan balik tentang dirinya. Umpan balik inilah yang dianggap penting untuk dijadikan pedoman dalam membentuk konsep diri remaja tersebut. Di era komunikasi saat ini blog, wikipedia, dan jejaring sosial adalah bentuk media sosial yang paling umum dan sering digunakan oleh manusia di dunia ini dan jejaring sosial merupakan medium yang paling populer dalam kategori media sosial diantaranya ada Facebook, Twitter, WhatsApp, Skype, Instagram, Path, Tik Tok dan lain-lain.

Eksistensi diri dapat dilakukan oleh semua manusia tanpa mengenal batasan gender, usia, ststaus sosial, dan sebagainya. eksistensi diri diperlukan untuk meningkatkan citra atau image seseorang guna mendapatkan pengakuan atas dirinya, baik berupa pencapaian suatu hal, atau bisnis yang sedang dijalankan. Eksistensi diri terjadi karena adanya dorongan manusia sebagai makhluk sosial. Dalam ruang lingkup media sosial, mendapat perhatian dan menumbuhkan citra dapat dikategorikan dengan ke-eksistensian diri (Nasrulloh, 2016). Tetapi, eksistensi diri juga dapat disalah pahami oleh sebagian orang yang menginginkan kesuksesan secara instan. Media sosial merupakan salah satu ruang untuk mewujudkan hal tersebut. Mereka akan berbondong-bondong menggunakan media baru ini dengan aneka cara yang digunakan agar mencapai tujuannya. Sebagai contoh, orang dapat dengan mudah terkenal di media sosial melalui aplikasi tik tok atau instagram.

Dalam aplikasi tik tok, mulai dari anak-anak hingga dewasa atau orang tua dengan bebas mengekspresikan dirinya. Apabila orang lain menganggap individu eksis, maka keberadaan individu tersebut sudah dianggap dan dapat diperhitungkan oleh orang-orang disekitarnya. Maka dari itu, eksistensi biasanya dijadikan ajang pembuktian diri bahwa kegiatan atau pekerjaan yang dilakukan dapat berguna dan mendapat nilai yang baik dimata orang lain. Namun tak bisa dipungkiri bahwa ternyata terdapat pula orang – orang yang memposting tentang cara bersikap kepada orang tua misalnya, berbanding terbalik dengan kehidupan yang sebenarnya

dimana orang tersebut memperlakukan orang tuanya dengan semena-mena. Ketika seseorang sudah merasa eksis di media sosial, maka dia akan dengan pedenya menjadi orang terkenal tetapi hanya dapat dirasakannya di media semu itu. Di lain kasus, tidak heran jika banyak terjadi kasus penculikan atau pembunuhan anak yang bermula dari media sosial. Kita dengan bebasnya mengupload aktivitas anak di media sosial tanpa memikirkan apa dampak setelahnya. Mengupdate segala kegiatan anak di media memang dapat memberikan hal hal positif kepada ibu dan atau anak lainnya di luar sana. Namun dampak negatifnya adalah para penjahat anak akan lebih mudah mengakses informasi mengenai postingan kita untuk memuluskan tujuan mereka. Dalam penggunaannya, aplikasi Tik Tok memiliki muatan positif, misalnya sebagai ajang hiburan, satu seni, mengimplementasikan dan mengeksistensi diri untuk memberikan kepuasan bagi dirinya sendiri maupun orang lain, selain itu dengan menggunakan aplikasi Tik Tok penggunaannya dapat mengeluarkan kreativitas dan bakat yang dimiliki misalnya seperti bernyanyi, *dubbing*, membuat konten-konten seru yang unik sampai dapat menjadikan seorang sebagai *influencer* seperti artis, selebgram, youtuber dan lainnya. Sayangnya popularitas Tik Tok tidak hanya membawa dampak positif saja tetapi membawa dampak negatif juga, yang disebabkan oleh kurangnya konsep diri dari individu itu sendiri, misalnya dalam penggunaan baju yang *sexy* dan joget dengan goyangan yang erotis dan tidak pantas untuk dilakukan, ironisnya banyak penggunaanya khususnya remaja yang mencoba untuk mengikuti hal tersebut, ini dilakukan untuk menjadi pusat perhatian kemudian menjadi viral. Banyak pengguna yang mengunggah video sejenis tanpa menyadari bahwa video yang ditiru bukanlah hal yang pantas untuk ditiru dan apabila tidak dikontrol dengan baik maka bisa menjadi kenakalan. Pada kalangan remaja, penggunaan media sosial yang berlebihan dapat memberi dampak negatif karena kondisi remaja tersebut yang belum terlalu berpengalaman dan memiliki keterbatasan dalam pengaturan diri. Salah satu hal yang dapat menyebabkan remaja mengalami kecanduan media sosial adalah *Fear of Missing Out* (FoMO). Przybylski, dkk (2013) mendefenisikan FoMO sebagai kekhawatiran yang dialami individu ketika orang lain memiliki pengalaman yang mengesankan disaat ketidakhadiran dirinya. Sehingga ia selalu ingin mengetahui

segala sesuatu yang terjadi pada orang lain, dimana keingintahuan tersebut menggiringnya untuk mempertahankan aktivitasnya di media sosial tanpa batasan waktu. Penggunaan media sosial menjadi kebutuhan pokok bagi pengidap FoMO yang dimaksud.

Dalam media sosial juga, pada beranda kita hampir dipenuhi dengan produk-produk kecantikan. Dimana produk itu menjelaskan standar kecantikan atau ketampanan jika telah memakainya. Mereka akan menganggap standar itu sebagai sesuatu hal yang harus dipenuhi. Para perempuan yang merasa dirinya tidak sesuai dengan standar tersebut akan berlomba-lomba berusaha untuk memperoleh produknya. Mereka akan merasa tidak aman atau lebih populer dikenal *insecurity* ketika apa yang dianggapnya ideal tidak dapat dimilikinya. Lebih parah lagi, jika kondisi ekonominya yang tidak dapat mencukupi kebutuhannya itu. Ia akan menghalalkan segala cara untuk mendapatkannya meskipun melalui pekerjaan yang menyimpang. Oleh karena itu, sebagai pengguna media sosial seseorang harus mampu mengendalikan diri agar tidak terbawa arus dengan apa yang selalu dilihat dan didengarnya. Bagi mereka yang lihai membaca peluang, media sosial dijadikannya sebagai ladang untuk memanen pundi-pundi rupiah. Para pelaku UMKM misalnya yang mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan adanya media sosial ini. Mereka dapat melakukan promosi menarik di media sosial yang dapat menarik konsumen sehingga terjadilah proses jual beli.

KESIMPULAN

Perkembangan media sosial yang menyuguhkan segala kemudahan untuk mengaksesnya menjadi ruang bagi para penggunanya untuk menunjukkan eksistensi dirinya di dunia maya. Eksistensi diri dalam hal ini baik berupa hal positif maupun hal-hal berbau negatif. Maka dari itu, para penggunanya diharapkan dapat mengendalikan dirinya ketika sedang mengakses internet. eksistensi diri di dunia maya ini merupakan salah satu fenomena sindrom hiperrealitas dimana dewasa ini sedang terjadi dan dialami oleh sebagian besar masyarakat kita.

Merupakan sebuah kebutuhan akan dunia internet oleh setiap individu sebagai makhluk sosial. Namun, hal demikian harus dilakukan sesuai prosedur penggunaan

yang sebenarnya. Karena, jika seseorang tidak memahami secara komprehensif terkait penggunaan ruang sosial sebagai ajang menunjukkan identitas diri, maka akan berakibat fatal. Untuk itu, pengguna media baru ini haruslah dapat bersikap bijak.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A.P., dan Rps, A.N. 2018. Teknologi Komunikasi Dan Perilaku Remaja. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 3(1).
- Baudrillard, Jean. 1983. *Simulations*. Translated by Paul Foss, Paul Paton, and Philip Beitchman. Printed in tech United States of America
- Castells, M. 2004. *The Network Society A Cross cultural Perspective*. Cheltenham, Uk Northampton, MA, USA : Edward Elgar Publishing, Inc.
- Fauziah, Yuliani Resti. *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung*. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Ilmu Sosial dan Politik*, Universitas Komputer Indonesia.
- Gatot Haryono, Cosmas. *Kepalsuan Hidup Dalam Hiperrealitas Iklan (The Falsehood of Life in Advertising Hyperreality)*. Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bunda Mulia
- Harnina Ridwan, Masrul, Juhaepa. 2018. *Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard*. Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Halu Oleo, Kendari
- Herlinda Fitria. *Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat)*. Sosiologi Universitas Indonesia
- Kushendrawati, Selu Margaretha. 2006. *Hiperrealitas Dalam Media Massa: Suatu Kajian Filsafat Jean Baudrillard*. Disertasi tidak diterbitkan, Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia
- Manovich, Lev. 2001. *The Language of New Media*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Mulawarman & Aldila Dyas Nurfitri. 2017. *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. *Buletin Psikologi*
- Nasrullah, R. 2016. *Media sosial (perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi)*. Jakarta: Simbiosis Rekatama Media.

- Nur, A. (2021). Fundamentalisme, Radikalisme dan Gerakan Islam di Indonesia: Kajian Kritis Pemikiran Islam. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), 28-36.
- Nur, A. (2020). Sastra Populer dan Kekalahan Diskursus Kemasyarakatan.
- Nur, A. (2020). Mistisisme tradisi mappadendang di Desa Allamungeng Patue, Kabupaten Bone. *Jurnal Khitah: Kajian Islam, Budaya dan Humaniora*, 1(1), 1-16.
- Peristiwati, Maria. *Hiperealitas Online Shop Dan Tindakan Konsumtif Melalui Jejaring Sosial Online (Studi Aktivitas Belanja Online Mahasiswi Melalui Facebook)*. *Journal*
- Piliang, Yasraf. 2003. *Hipersemiotika Tafsir Cultural Studie Atas Matinya Makna*. Yogyakarta : Jalasutra
- Przybylski, dkk. 2013. *Motivational, emotional, and behavioral correlates offear offmising out*. *Computers in human behavior*, 1841-1848
- Trisilowaty, Dessy. *Eksistensi Dan Identitas Di Media Baru*. *Jurnal Komunikasi Universitas Trunojoyo Madura DOI:http://dx.doi.org/10.21107/ilkom.v11i1.2837*
- Wahyudi, Hendro Setya dan Mita Puspita Sukmasari. 2018. *Teknologi dan Kehidupan masyarakat*. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1) DOI:https://doi.org/10.20961/jas/v3i1.17444
- Yanti Dwi Astuti. *Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-Realitas Visual:Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media Di Cyberspace*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Uin Sunan Kalijaga*
- Yusuf, Ahmad. (2018). *Hiperealitas Simulakra Media Sosial Studi Pada Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto Pengguna Instagram* . Purwokerto; Skripsi
- Nur, A. (2020). Paradigma Masyarakat dan Keredupan Masa Depan Pendidikan di Desa (Potret Pendidikan Masyarakat Desa Allamungeng Patue, Kabupaten Bone, Sulawesi Selatan).
- Nur, A. (2021). Fundamentalisme, Radikalisme dan Gerakan Islam di Indonesia: Kajian Kritis Pemikiran Islam. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan dan Studi Islam*, 2(1), 28-36.

- Hanapi, S. R. R., & Nur, A. (2020). Budaya Konsumerisme dan Kehidupan Modern; Menelaah Gaya Hidup Kader Himpunan Mahasiswa Islam Cabang Gowa Raya. *Jurnal Khitah: Kajian Islam, Budaya dan Humaniora*, 1(1), 42-49.
- Makmur, Z., Arsyam, M., & Alwi, A. M. S. (2020). Strategi Komunikasi Pembelajaran Di Rumah Dalam Lingkungan Keluarga Masa Pandemi. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 10(02), 231-241.
- Makmur, Z., Arsyam, M., & Delukman, D. (2021). The Final Destination's uncomfortable vision to the environmental ethics. *Journal of Advanced English Studies*, 4(2), 76-82.
- Nur, A. (2020). Interelasi Masyarakat Adat Kajang dan Pola Kehidupan Modern.
- Nur, A. (2021). The Culture Reproduction In the Charles Dickens' Novel "Great Expectations" (Pierre-Felix Bourdieu Theory). *International Journal of Cultural and Art Studies*, 5(1), 10-20. <https://doi.org/10.32734/ijcas.v5i1.4866>
- Nur, A. (2021, December). GHAZWUL FIKR AND CAPITALISM SPECTRUM: ISLAMIC STUDENTS ON OLIGARCHY SHADES. In *Proceedings of the International Conference on Social and Islamic Studies (SIS) 2021*.
- Nur, A. (2020). Mistisisme tradisi mappadandang di Desa Allamungeng Patue, Kabupaten Bone. *Jurnal Khitah: Kajian Islam, Budaya dan Humaniora*, 1(1), 1-16.
- Nur, A., & Makmur, Z. (2020). Implementasi Gagasan Keindonesiaan Himpunan Mahasiswa Islam; Mewujudkan Konsep Masyarakat Madani Indonesian Discourse Implementation of Islamic Student Association; Realizing Civil Society Concept. *Jurnal Khitah*, 1(1).
- Syam, M. T., Makmur, Z., & Nur, A. (2020). Social Distance Into Factual Information Distance about COVID-19 in Indonesia Whatsapp Groups. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 269-279