

Hiperrealitas pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa

Fadil Nurmansyah

HMI Cabang Makassar Timur, Universitas Hasanuddin, Makassar

*Correspondence author: Fadil_nurmansyah@yahoo.com

Abstract. Currently Instagram social media is a need that is highly prioritized by students. Even students have made Instagram a social reality. The research entitled "Hyperreality in Social Media of Instagram Users" has formulated the problem of how Instagram users behave and what impression they want to show their followers to the reality they create on their Instagram account. The purpose of this study was to determine the various forms of behavior & motivation of Indonesian students in using Instagram. This research is in the form of a qualitative descriptive study. The data sources used are primary and secondary data. Data were analyzed using literature review study method. The theoretical basis used is the theory of hyperreality proposed by Jean Baudrillard. Based on the data analysis that has been done, it can be concluded that Instagram users are emotionally tied to the reality they get in the world of Instagram.

Keywords: *Instagram, hyperreality, reality*

Abstrak. Media sosial Instagram saat ini menjadi kebutuhan yang sangat diminati oleh masyarakat. Bahkan masyarakat telah menjadikan Instagram sebagai media dalam realitas sosial. Penelitian dengan judul "Hiperrealitas Pada Media Sosial Pengguna Instagram di Lingkungan Mahasiswa Indonesia" memiliki rumusan masalah Bagaimana perilaku pengguna Instagram dan kesan apa yang ingin mereka ditampilkan kepada para pengikut (followers) terhadap realitas yang mereka ciptakan dalam akun Instagram mereka. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui berbagai bentuk perilaku & motivasi Mahasiswa Indonesia dalam menggunakan Instagram. Penelitian ini berbentuk penelitian deskriptif kualitatif. Adapun sumber data yang digunakan adalah data-data sekunder. Data dianalisa dengan metode *study literature review*. Landasan teori yang digunakan adalah teori hiperrealitas yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Berdasarkan analisa data yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa pengguna Instagram terikat secara emosional dengan realitas yang mereka dapatkan di dunia Instagram.

Kata Kunci: *Instagram, hiperrealitas, realitas*

PENDAHULUAN

Media sosial adalah sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu, (Rustian, 2012). Berbagai jenis media sosial sudah berkembang dengan berbagai keunggulannya dalam mendukung hubungan antar-muka (*interface*). Salah satu diantaranya adalah Instagram. Instagram menjadi media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke-7 di dunia. Menurut hasil survei statista.com, jumlah total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pada September 2017. Dan Indonesia merupakan pengguna terbanyak ke-3 setelah Amerika Serikat dan Brazil (Hendrawan dkk, 2017).

Instagram menjadi sebuah media sosial paling populer saat ini karena banyak orang yang menggunakan media instagram ini mulai dari orang dewasa hingga anak-anak usia sekolah dasar. Hal ini dikarenakan instagram memiliki banyak fasilitas untuk mengunggah foto ataupun video yang dapat dilihat oleh semua orang yang memiliki akun instagram. Dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitiannya terhadap mahasiswa yang memiliki akun instagram dikarenakan sebagian besar pengguna instagram di Indonesia adalah para mahasiswa. Instagram menjadi media sosial paling populer saat ini dikarenakan memiliki jutaan pengguna, mulai dari orang dewasa hingga anak-anak. Hal ini dikarenakan instagram bukan sekedar media untuk berbagi informasi semata, melainkan dengan memiliki akun instagram seseorang dapat mengunggah postingan berupa foto atau video kapanpun dan dimanapun. Dalam hal ini peneliti memfokuskan penelitiannya terhadap mahasiswa yang memiliki akun instagram dikarenakan sebagian besar pengguna instagram di Indonesia adalah para mahasiswa.

Berdasarkan Data statistik dari website NapoleonCat.com terakhir pada tahun 2017 menunjukkan persentase pengguna Instagram berdasarkan usia, menunjukkan bahwa 40% dari total pengguna Instagram berada pada kisaran usia 18-24 tahun (fase usia dewasa muda). Jika dilihat dari segi usia, usia dewasa muda termasuk dalam kategori pendewasaan dan pencarian jati diri. Dalam proses pencarian jati diri pada era digital, mudah sekali bagi seseorang untuk mencari figur yang ingin dijadikan anutan (*influencer*), juga suatu hal untuk dijadikan kiblat hidupnya. Proses pencarian jati diri ini sering kali tercampur dengan aktivitas yang dilakukan dalam media sosial. Akibatnya,

ekspektasi terhadap potensi diri melampaui realitas yang ada dalam kehidupan sesungguhnya. Kondisi seperti ini disebut dengan hiperrealitas (*hyperreality*) oleh sosiolog asal Perancis, Jean Baudrillard (Hendrawan dkk, 2017).

Biasanya para mahasiswa yang telah lama menggunakan instagram dan memperoleh jumlah like dan followers yang banyak. Kemudian, dengan jumlah like dan followers yang banyak maka mahasiswa ini berharap akan dapat menarik perhatian pihak tertentu. Kepopuleran Instagram kini telah merambah berbagai kalangan, tidak terkecuali para mahasiswa. Berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan selama menjalani perkuliahan, peneliti menemukan bahwa 95% lebih dari mahasiswa memiliki akun instagram. Aktivitas dalam Instagram dan berbagai respon dari orang lain yang diterima sebagai umpan balik membuat penggunaannya merasa candu, sehingga rasa candu tersebut mengundang pengguna akun untuk terus berinteraksi dan membangun dunia dalam Instagram. Dalam Instagram, interaksi terjadi tanpa rasa canggung dan membuat pengguna merasa diterima menjadi bagian dari suatu sistem masyarakat dan lingkungan dalam jaringan (online). Memudahkan pengguna untuk dapat beradaptasi lebih muda daripada dalam dunia nyata. Hal ini serupa dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sherry Turkle dalam Holmes (2012) tentang layar komputer sebagai *second self*. Maksudnya adalah seseorang yang dalam kehidupan nyata memiliki sifat yang berbeda ketika mereka berinteraksi dalam dunia maya. Oleh karena itu berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Hiperrealitas Pada Media Sosial Pengguna Instagram di Kalangan Mahasiswa”**.

Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan, ditemukan beberapa Mahasiswa pengguna Instagram aktif yang menggunakan akun Instagram mereka sebagai media pencitraan sebagai upaya membangun eksistensi diri yang baru, berbeda, dan lebih baik dari kenyataan sebenarnya. Mereka terjebak dalam kondisi hiperrealitas yang akhirnya mendorong mereka untuk melakukan pencitraan diri lagi dan lagi walaupun terdapat perbedaan antara kebenaran di dunia nyata dan apa yang mereka bagikan dalam dunia maya. Kriteria inilah yang kelak menjadi tolak ukur dasar peneliti dalam memilih informan untuk penelitian ini.

Peneliti menemukan fenomena yang terlalu mengusik untuk sekadar diabaikan mengenai perilaku pengguna Instagram, khususnya di lingkungan peneliti. Instagram telah menjadi candu yang menggerogoti kehidupan sehari-hari penggunanya secara mengejutkan. Mengunggah konten berupa foto dan video, membuat Instastory, melakukan siaran langsung, berjelajah dalam fitur explorer, memantau aktivitas akun idola, dan lain sebagainya. Belum lagi soal perekrutan konten unggahan, Hal ini banyak sekali peneliti temukan. Seseorang yang dalam akun Instagram-nya terlihat serba sempurna, bisa jadi jauh sekali berbeda di kenyataan yang sebenarnya. Hal ini dikarenakan Instagram memungkinkan penggunanya untuk merekrut sedemikian rupa apapun yang ingin mereka unggah ke dalam akun Instagram pribadi mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian menggunakan Systematic Literature Reviews (SLR), yakni sebuah sintesis dari studi literatur yang bersifat sistematis, jelas, menyeluruh, dengan mengidentifikasi, menganalisis, mengevaluasi melalui pengumpulan data-data yang sudah ada dengan metode pencarian yang melibatkan proses telaah kritis dalam pemilihan studi.

Penelitian dilakukan dimakassar pada tanggal 29 Januari - 9 Februari 2021 dengan subjek penelitian adalah yang memenuhi kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Adapun yang menjadi populasi di penelitian ini adalah jurnal nasional dan internasional yang berkaitan dengan “judul”

Dalam penelitian ini peneliti melakukan pencarian data melalui website portaljurnal yang dapat diakses seperti Google Scholar, Buku, Proquest, EBSCOHost, dan Science Direct, dll. Berdasarkan judul penelitian “judul”, maka peneliti melakukan pencarian data jurnal menggunakan kata kunci “kata kunci”. Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan layanan Sci-Hub ketika peneliti mengalami kesulitan dalam pencarian jurnal karena berbahaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram adalah sebuah media sosial baru yang sengaja diciptakan untuk berbagi foto ataupun video dengan berbagai keunggulan yang menunjang keberadaannya.

Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan menjadi *following* (mengikuti) akun pengguna lainnya, atau memiliki *followers* (pengikut) instagram. Sehingga dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Media sosial merupakan wadah baru dimana berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual (Wahyudi dan Sukmasari, 2018). Media sosial memiliki ruang lingkup dan pola yang unik dimana dalam banyak hal bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real. Terkait dengan bagaimana realitas sosial itu terjadi di media sosial, maka sangat erat kaitannya dengan simulasi sosial (Astuti dan Rps, 2018) adalah kesadaran akan yang real di benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imaji yang disajikan media secara terus-menerus.

Media tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri. Realitas media merupakan hasil proses simulasi, di mana representasi yang ada di media telah diproduksi dan direproduksi oleh media menjadi realitas tersendiri yang terkadang apa yang di representasikan berbeda atau malah bertolak belakang. Hal ini didukung oleh pendapat Nasrullah (2015: 77), dalam media sosial berubah menjadi cair dan berubah-ubah. Perangkat di media sosial memungkinkan siapapun untuk menjadi siapa saja, bahkan bisa menjadi pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan perkawinan sampai pada foto profil. Dalam konsep hiperrealitas kepalsuan berbaur dengan keaslian, masa lalu berbaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, tanda melebur dengan realitas, dusta bersenyawa dengan kebenaran. Keadaan dari hiperrealitas ini membuat masyarakat modern menjadi berlebihan dalam pola mengkonsumsi sesuatu yang tidak jelas esensinya. Masyarakat kini mengkonsumsi segala sesuatu bukan karena kebutuhannya, melainkan karena pengaruh dari simulasi yang menyebabkan gaya hidup masyarakat menjadi berbeda (Piliang, 1999).

Menurut Jean Baudrillard (1988), hiperrealitas adalah sebuah konsep dimana realitas yang dalam konstruksinya tidak bisa dilepaskan dari produksi dan permainan tanda-tanda yang melampaui realitas aslinya (*hyper-sign*). Hiperrealitas menciptakan

suatu kondisi dimana kepalsuan bersatu dengan keaslian, masa lalu berbaaur dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, tanda melebur dengan realitas, dan dusta bersenyawa dengan kebenaran. Menurut Paramitha dalam Seha (2017), *social media* yang dalam bahasa Indonesia disebut juga media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial yang bersifat interaktif atau dua arah. Dalam penelitian ini, media sosial yang dipilih adalah Instagram. Instagram yang diluncurkan pada Oktober 2010 adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, mengambil video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *Instagram* sendiri.

Dalam penelitian ini secara garis besar ditemukan setidaknya empat poin utama yang dapat menjelaskan fenomena hiperrealitas pengguna Instagram di lingkungan mahasiswa, yaitu:

A. Bermain Instagram setiap saat

Berdasarkan keterangan-keterangan yang diungkapkan oleh literatur jurnal, terlihat bahwa sejak awal Instagram sudah meraih popularitas dalam penggunaannya. Seiring perjalanan dalam melakukan perbaikan dan pembaharuan terhadap fitur dan kelebihanannya, Instagram menjadi semakin disukai. Sampai dengan saat penelitian ini dilakukan, Instagram masih menjadi salah satu media sosial dengan jumlah pengguna yang sangat tinggi di seluruh dunia. Instagram termasuk dalam media sosial yang baru dan hangat. Instagram juga terbilang memiliki fitur yang lengkap dan userfriendly. Dengan hanya menggunakan Instagram, penggunanya dapat memberikan informasi tentang foto, video, membagi tentang cerita dan momen pada waktu tertentu dengan fitur *Instastories/Snapgram*, mencamtumkan keberadaan dengan tag location, Instagram juga terhubung dengan berbagai media sosial lainnya yang semakin memudahkan penggunanya untuk membagikan informasi apapun dengan akses melalui Instagram. Dengan segala keberagaman yang dimiliki, semakin membuat penggunanya kecanduan dalam menggunakan Instagram. Rasanya seolah ada yang tidak sempurna dalam menjalani hari jika tidak dilengkapi dengan aktivitas membuka Instagram. Perlu atau tidak perlu, selalu ingin membuka Instagram. Peneliti melihat fakta dari keterangan para informan bahwa mereka semuanya membuka Instagram setiap hari,

menjadikannya salah satu rutinitas wajib sampai mewujud jadi kebiasaan yang dirasa lumrah, sebagai sebuah fenomena yang mirip dengan kecanduan. Hanya saja dalam hal ini berbeda dengan kecanduan obat-obat terlarang dan sejenisnya, candu terhadap Instagram yang disampaikan oleh informan tidak serta-merta menampakkan adanya resiko yang berbahaya. Ia tidak tampak secara gambang sebagai sesuatu yang buruk. Hanya saja jelas sekali bahwa ada semacam rasa ingin buka dan buka lagi setiap hari (aplikasi Instagram). Baudrillard dalam terjemahan Firdaus (2006) menganalogikan kondisi masyarakat informasi saat ini layaknya sifat candu seks. Semua ingin mencari informasi. Meski informasi itu belum tentu berguna bagi orang itu. Legitimasi diri untuk mencari informasi terletak pada alam tanda yang akan melakukan pertukaran simbolik nantinya dengan penguasaan informasi. Kita tahu informasi beredar tidak hanya melalui surat kabar dan majalah, media baru seperti internet menjadi referensi handal bagi pencari informasi. Bahkan di sana ada mesin pencari yang siap membantu kita, jika kita bertanya akan informasi padanya. Sebut saja Google.com, situs ini bak Tuhan. Proses tanya dan jawab yang dalam konvensi spiritualitas hasilnya tidak empiris dan cepat waktu, sehingga jawaban dalam era internet menjelma menjadi kebutuhan dan kepuasan informatif atas keresahan dan ketidakbisaan manusia. Ruang transendensi tanya dan jawab dalam spiritualitas menjadi terbantahkan – setidaknya dari sudut ini sebagai refleksi, dan manusia mengejar transendensi teknologis yang akan membuatnya mabuk dalam zona mabuk teknologi komunikasi atas informasi (Hendrawan dkk, 2017)

B. Memilih terhadap unggahan

Kemiripan bukan lagi persoalan yang berhubungan dengan orang lain akan tetapi lebih ke individu dalam kemiripannya yang samar-samar dengan dirinya sendiri: kemiripan yang lahir dari pereduksian seorang individu menjadi unsur- unsur yang sederhana. Sebagai hasilnya, pengertian perbedaan menjadi berubah. Pengertiannya bukan lagi menyangkut perbedaan antara satu subjek dengan subjek lainnya, tetapi difersiasi internal dan tidak terbatas dari sebuah kesamaan. Fatalitas yang ada hari ini terletak pada tatanan kelinglungan interior, ledakan dari yang-identik, ledakan kepercayaan “narsistik” terhadap tanda yang dimiliki seseorang dan terhadap rumusan diri seseorang tentang dirinya sendiri. Individu diasingkan dari dirinya, dari saudara dan kembarannya, dari segala “aku” lain yang mirip (isomorfik). Peneliti mendapati bahwa

informan sangat selektif terhadap konten yang mereka unggah dalam akun Instagram pribadi mereka. Hal ini mencerminkan bagaimana mereka sebagai pengguna berusaha merumuskan dirinya dalam dunia digital tersebut. Ada kriteria tertentu yang dimiliki masing-masing informan terhadap konten mereka, ada serangkaian aturan yang mereka terapkan kepada diri mereka sendiri dalam mengelola akun Instagram pribadi mereka, sehingga segala sesuatu yang ditampilkan dalam akun mereka benar-benar merupakan representasi diri mereka yang unik. Informan sangat peduli soal tampil baik dalam setiap unggahan mereka. Mustahil kita temukan ada unggahan yang menampilkan sang informan dalam kondisi yang tidak baik, misalnya kotor, urakan, dan lainlain. Informan lainnya bahkan rela foto berkali-kali hingga mendapatkan hasil terbaik sebelum memutuskan foto tersebut layak diunggah dalam akun Instagram pribadinya. Hal ini lagi-lagi menggambarkan bahwa informan berusaha selalu menampilkan yang terbaik tentang dirinya melalui akun Instagram mereka. Dalam keadaan tertentu kita menderita karena ekstraversi (penampilan dan pengeluaran) yang dipaksakan terhadap hal-hal yang ada dalam diri kita karena introjeksi yang dipaksakan terhadap hal-hal yang diluar diri kita yang merupakan dampak langsung dari kategori imperatif komunikasi (Wen, 2002).

C. Senang ketika disenangi (mendapat “likes”)

Penggunaan Instagram tentu saja bukan sebuah interaksi satu arah saja. Di dalamnya pasti terdapat hukum aksi-reaksi. Instagram tidak semata-mata berisi tentang kita dan apa yang kita inginkan, terdapat berbagai macam konten, berbagai respons, berbagai hal yang pada akhirnya menarik kita pada kesimpulan bahwa apa yang kita tampilkan harus lah sempurna. Kita dipaksa untuk “menghasilkan” (to produce), dalam pengertian harfiah kata ini, karena segala sesuatu telah terperangkap dalam kerangkeng makna, ke dalam dasar tempat mana makna-makna harus ditambang, dan kemudian ditampilkan ulang di dalam tatanan apa-apa yang terlihat. Akibatnya, rahasia kehilangan artinya dan hanya yang-terlihatlah yang kemudian menjadi bernilai bagi kita. Dimana-mana orang berusaha memproduksi makna, membuat dunia ini punya pengertian dan menjadikannya dapat dilihat. Bagaimanapun, yang menghantui kita bukanlah hilangnya makna; sebaliknya, kita dibanjiri makna dan ia sedang membunuh kita semua. Semakin segala sesuatu terjerembab ke dalam jurang kehampaan makna, maka pesona tampilan-

luar dari segala sesuatu itu pun akan semakin memudar. Berdasarkan pernyataan dari para informan, tergambar perasaan gembira ketika konten yang diunggah mendapat “likes”. Mereka merasa gembira dan senang jika hal itu bernilai positif. Mereka merasa nilai yang ingin mereka sampaikan melalui konten yang diunggah dihargai oleh audiens. Dan hal tersebut menambah kepercayaan diri informan. Selain diretas atau hilang, mendapat komentar negatif juga diduga salah satu faktor yang dapat membuat informan merasa tidak nyaman dan merusak tatanan simulasi dengan adanya catatan negatif pada kolom komentar. Mayoritas informan akan memilih untuk bersikap positif dalam menyikapi komentar negatif. Namun, terdapat opini bahwa komentar negatif yang diberikan oleh audiens bisa mengubah suasana hati pemilik akun. Ini membuktikan bahwa informan menganggap ini adalah bagian dari dunia dan hidupnya, sehingga komentar negatif pun menjadi begitu penting dan dapat merusak suasana hati.

D. Hidup dalam sebuah simulasi digital

Seperti esai yang ditulis oleh Baudrillard yang berjudul “In The Shadow of Silent Majorities” tahun 1983, Baudrillard menyatakan bahwa dahulu kita selalu takut kalau-kalau kita mirip dengan orang lain, kehilangan diri kita dalam kerumunan orang banyak; kita cemas dengan konformitas dan terobsesi oleh keberagaman. Namun sekarang kita membutuhkan sebuah jalan keluar untuk membebaskan diri dari kemiripan dengan orang lain. Yang penting saat ini adalah bagaimana caranya agar mirip dengan diri sendiri, bagaimana menemukan diri sendiri dimana saja, berlipat ganda namun tetap setia kepada formula kepribadian sendiri; bagaimana melihat nama kita tercantum dimana-mana, berada diseluruh layar film sekaligus. Menurut Baudrillard, apapun yang berkaitan dengan “simulacrum” adalah cabul. Begitu pula halnya dengan pemikiran. Pemikiran tidak begitu banyak dihargai karena pertemuannya yang tak dapat dicegah dengan kebenaran seperti halnya karena perbedaannya yang tidak dapat diatasi, yang memisahkan keduanya. Tidaklah benar kalau agar hidup seseorang harus memercayai eksistensi dirinya sendiri. Tidak perlu itu. Tak peduli apapun, kesadaran kita tidak pernah menjadi gaung realitas kita sendiri, gaung atas eksistensi yang ditempatkan dalam “waktu yang riil”, namun merupakan gaung “waktu yang tertunda”, layar persebaran subjek dan identitasnya, hanya dalam tidur kita, dalam ketaksadaran, dan kematian kita identik dengan diri kita sendiri. Kesadaran yang berbeda total dengan keyakinan

merupakan hasil tantangan yang lebih spontan terhadap realitas, yaitu hasil yang lebih pada penerimaan ilusi objektif ketimbang realitas objektifnya. Simulasi, sebagai lorong utama menuju kode dan nilai-tanda, pertama-tama digambarkan berdasarkan sudut pandang kritis, berdasarkan cahaya (atau bayangan) problematika alienasi. Simulasi masih merupakan bentuk masyarakat tontonan (the society of spectacle) dan keterkutukan yang merupakan bidikan utama argumen-argumen semiologis, psikoanalisis dan sosiologis. Tergambar dari seluruh pernyataan yang diberikan oleh informan, bahwa sebisa mungkin mereka ingin menjaga citra yang baik terhadap apa yang mereka tampilkan dengan menjaga kualitas gambar, bobot isi konten, pemilihan tempat berfoto, juga pemilihan caption foto. Realitas di atas realitas, seperti yang dikemukakan Baudrillard (1988), atau sering disebut sebagai hiperrealitas. Hiperrealitas yang telah terbentuk, baik secara sadar ataupun tidak, telah mendarah daging dalam kehidupan. Kenyamanan yang tercipta dalam hiperrealitas tidak terelakkan, sehingga sulit untuk kita lepas dari apa yang telah mendarah daging. Kita dapat melihat bahwa dunia maya telah banyak mengambil alih keberadaan dunia nyata. Hal-hal yang seharusnya terjadi dan dialami secara langsung dalam kenyataan yang tradisional sekarang beralih serba digital. Realitas baru telah membuat realitas yang sebenarnya kian ditinggalkan. Dapat dilihat melalui keterangan informan, bertemu orang, mencari teman, berbagi momen, semua beralih ke dalam Instagram. Kenangan dibuat juga dalam Instagram. Padahal kenyataannya, keterikatan antara informan dengan pengguna Instagram lainnya secara umum sangatlah asing, namun tetap saja hal-hal yang seharusnya dibagi kepada orang-orang terdekat saja di kehidupan justru dengan mudahnya dibagikan ke muka umum dalam Instagram (Zakirah, 2018).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan mengenai Hiperrealitas Pada Media Sosial Pengguna Instagram di Lingkungan Mahasiswa Indonesia sebagai berikut:

A. Pengguna Instagram terikat secara hubungan emosional dengan realitas yang mereka dapatkan di dalam dunia Instagram. Bahkan tidak berlebihan jika dikatakan mereka candu. Dapat dilihat dari beberapa perilaku mereka yang begitu intens

menggunakan Instagram. Setiap hari mereka aktif membuka Instagram dan melakukan berbagai hal, antara lain: mengunggah foto atau video; Story; menjelajah fitur Explore; memantau aktivitas akun idola mereka; dan lain sebagainya. Mungkin hari-hari mereka akan terasa kurang lengkap jika tidak sama sekali berkunjung ke realitas semua melalui Instagram. Realitas yang tercipta rasanya terlalu sempurna untuk tidak dihayati sepenuh hati. Bahkan informan tidak keberatan untuk melakukan hal-hal yang cukup merepotkan demi menyempurnakan realitas ini. Misalnya agar konten Instagram mereka selalu berisi foto atau video yang berkualitas, mereka tidak keberatan untuk berpergian ketempat-tempat indah, bergengsi, dan lain sebagainya, hanya untuk berfoto kemudian mengunggahnya dengan bangga. Bahkan mereka juga bersedia menyunting sebaik mungkin agar mampu mengoptimalkan konten-konten unggahan tersebut.

B. Meskipun sebagian informan mengaku mereka tidak memiliki maksud untuk menampilkan kesan tertentu melalui akun Instagram mereka, namun faktanya dapat dilihat secara nyata bahwa ada kesan-kesan tertentu yang berusaha mereka pertahankan melalui akun Instagram masing-masing. Kesimpulan ini dapat ditarik melalui analisa yang logis dari hasil wawancara maupun pengamatan langsung yang tampak di laman Instagram akun pribadi tiap-tiap informan. Dari hasil keseluruhan wawancara dapat kita temukan secara tersirat, informan berusaha untuk menampilkan kesan yang sifatnya selalu positif bagi diri mereka secara pribadi. Mereka berusaha menghindari terlihat atau dinilai negatif oleh pengguna lainnya. Kesimpulan ini didukung oleh fakta bahwa informan senantianya mengunggah konten yang bagus saja, sudah diseleksi sedemikian rupa, kemudian disunting sebaik mungkin. Secara sadar maupun tidak, aman untuk disimpulkan bahwa informan berusaha tampil sempurna dalam realitas yang mereka ciptakan di dunia Instagram ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, A.P., dan Rps, A.N. 2018. Teknologi Komunikasi Dan Perilaku Remaja. *Jurnal Analisa Sosiologi*. 3(1).
- Arni, N., & Nur, A. (2021). Resistensi Perempuan terhadap Kuasa di Balik Kasus Perampasan Ruang Hidup: Studi Ekofeminisme. *Najwa: Jurnal Muslimah dan Studi Gender*, 1(1), 60-72.

- Aziz, M. Imam (ed). 2001. *Galaksi Simulacra: Esai-Esai Jean Baudrillard*. Yogyakarta: LKiS.
- Baudrillard, Jean. 1988. *The Ecstasy of Communication* (Terjemahan Jimmy Firdaus). Yogyakarta: Kreasi Wacana
- Herima, H. B. (2018). *Hiperrealitas Pengguna Instagram di Lingkungan Fisip Universitas Maritim Raja Ali Haji. Hiperrealitas Pengguna Instagram*.
- Holmes, D. 2012. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Maryani dan Ahmadi. 2010. *Komunikasi Virtual: Teori dan Praktek*. Bandung: Ihsan Press.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Prenada Media Group. Yogyakarta: Lembaga Kajian Islam dan Sosial.
- Piliang, Yasraf Amir. 1999. *Hiper-realitas Kebudayaan*.
- Qashmal, Zaim. 2015. *Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Diri*. Bandung: Perpustakaan Universitas Islam Bandung
- 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 mappadandang 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 mappadendang 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
- Seha, Iga Anjani. 2017. *Pencitraan Diri Mahasiswa Pengguna Media Sosial Path*. Tanjungpinang: Perpustakaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Maritim Raja Ali Haji.
- Suryatriani, Shandra Arya. 2015. *Media Sosial Instagram Sebagai Aktualisasi Diri Bagi Komunitas Instameet Surabaya*. Surabaya: Perpustakaan Universitas Airlangga.

- Waluya, Bagja. 2007. *Sosiologi: Menyelami Fenomena Sosial di Masyarakat*. Bandung: PT. Setia Purna Inves
- Wen, Sayling. 2002. *Future of The Media*. Batam: Lucky Publishers.
- Zakirah, Dinda Marta Almas. 2018. *Mahasiswa dan Instagram (Studi Tentang Instagram Sebagai Sarana Membentuk Citra Diri di Kalangan Mahasiswa Universitas Airlangga)*. Surabaya: Perpustakaan Universitas Airlangga.