

Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram pada Mahasiswa

Simulacra Hyperreality Of Instagram Users on Collage Student

Siti Nurhalizah Hd¹, St. Jamilah², Suhardi³

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

sitinurhalizahhd98@gmail.com , jamilah@iainpare.ac.id , suhardi@iainpare.ac.id

Abstract

Simulacra hyperreality is a picture of the collapse of realities that are taken over by engineering models (images, hallucinations, simulations) which are considered more real than reality itself so that the difference between the two becomes blurred as constructions in the media. the simulacra hyperreality of instagram users and what factors influence the hyperreality behavior of instagram users. Students of the Faculty of Ushuluddin Adab and Da'wah IAIN Parepare. This research use descriptive qualitative approach. A qualitative approach is a research that produces descriptive data in the form of written or spoken words of people, and observable behavior. The technique used is in the form of observation and documentation data collection techniques. Observation of hyperreality posts. The results of this study indicate that the form of simulacra hyperreality of Instagram users of Ushuluddin, Adab and Da'wah Faculty of IAIN Parepare students includes, students reflecting on basic reality (simulation), covering and distorting basic reality (simulacra), covering up the absence of basic reality (hyperreality), and showing the disappearance of relationships. with any reality and what is shown. The results of further research are the factors that influence the occurrence of hyperreality in the form of followers, engagements, and content variations.

Keywords: Hyperreality, Instagram, Simulacra

Abstrak

Hiperrealitas simulakra merupakan gambaran runtuhnya realitas-realitas yang diambil alih oleh rekayasa model-model (citraan, halusinasi, simulasi) yang dianggap lebih nyata dari realitas itu sendiri sehingga perbedaan keduanya menjadi kabur sebagai konstruksi dalam media. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bentuk hiperrealitas simulakra pengguna instagram dan faktor-faktor apa saja yang memengaruhi perilaku hiperrealitas pada pengguna instagram Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan kualitatif ialah sebuah penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang, dan perilaku yang dapat diamati. Teknik yang digunakan berupa teknik pengumpulan data observasi dan dokumentasi. Observasi terhadap postingan yang bersifat hiperrealitas. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk hiperrealitas simulakra pengguna instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare meliputi, mahasiswa merefleksikan realitas dasar (simulasi), menutupi dan memutarbalikkan realitas dasar (simulakra), menutupi ketiadaan realitas dasar (hiperrealitas), dan menunjukkan lenyapnya hubungan dengan kenyataan apapun dan apa yang ditampilkan. Hasil penelitian selanjutnya yaitu adanya faktor yang mempengaruhi terjadinya hiperrealitas berupa *followers*, *engagements*, dan variasi konten.

Kata Kunci: Hiperrealitas, Instagram, Simulakra

PENDAHULUAN (INTRODUCTION)

Media sosial instagram muncul pada 6 oktober 2010 yang semakin berjalannya waktu instagram semakin bertambah penggunanya. Salah satu masalah yang muncul dari efek negatif media sosial instagram adalah maraknya fenomena pemalsuan diri dan membentuk citra diri di instagram. Fenomena ini dijelaskan oleh Jean Baudrillard sebagai istilah *hiperrealitas*. Ia menjelaskan hiperealitas sebagai perilaku individu, dimana individu cenderung melakukan simulasi atau manipulasi terhadap realitas yang dibuat secara luas dan terang-terangan. Fenomena ini digambarkan dalam kondisi masyarakat pengguna instagram sebagai bentuk perilaku dimana masyarakat pengguna instagram memposting foto, video atau story yang sebenarnya merupakan sesuatu yang dibuat-buat, imitasi, simulasi, atau manipulasi. Secara psikologis, fenomena ini merupakan perilaku imitatif dimana individu memanipulasi kehidupannya dengan harapan memuaskan fantasinya.

Istilah simulasi ini dengan segera mengingatkan orang pada Jean Baudrillard, seorang pemikir Prancis. Pemikirannya mengenai simulakra menyatakan bahwa simulakra merupakan pola yang merajalela pada tahap sekarang yang dikontrol oleh kode, menjelaskan kompleksitas relasi antara tanda citra dan realitas. Budaya simulakra menimbulkan krisis dan kesulitan dalam membedakan antara yang nyata dan imajiner, material dan metafisik, isi dan kulit, serta yang asli dan yang palsu atau tiruan. Realitas menuntut adanya konsumsi dengan mitos melalui pemaknaan tanda yang ada di dalam masyarakat sesuai sudut pandangnya masing-masing, yang menyebabkan terjadinya hiperealitas yaitu ketidak mampuan kesadaran hipotesis untuk membedakan antara kenyataan dan fantasi.

Masyarakat kontemporer saat ini memasuki era postmodern, era tersebut ialah era dimana masyarakat tidak lagi mementingkan pemenuhan kebutuhan hidup tetapi lebih berfokus pada bagaimana menampilkan gaya hidup yang membuat citra dirinya. Era post modern saat ini, eksistensi kehidupan seseorang ditentukan oleh bagaimana gaya hidup, dengan itu masyarakat dapat menentukan kelas sosial yang ada atau bisa dikatakan “saya eksis maka saya ada”, hal ini disebabkan oleh adanya dorongan hasrat yang membuat manusia untuk mencapai eksistensi tersebut.

Hiperrealitas merupakan salah satu fenomena yang kini banyak kita temui di lingkungan bermasyarakat. Meningkatnya hiperrealitas juga ditandai dengan semakin banyaknya realitas yang dibuat oleh masyarakat demi merepresentasikan diri mereka sendiri. Individu tertentu membuat, maupun meniru citra diri dari individu lainnya untuk menjadikannya sebagai identitas diri mereka agar dikonstruksi oleh masyarakat yang lebih luas. Salah satu yang mendukung adanya hiperrealitas ini adalah media. Didalam media terdapat banyak realitas yang dibuat baik tidak sengaja maupun dengan sengaja.

Dengan adanya media, masyarakat dengan leluasa akan membuat realitas akan sesuatu hal yang bisa jadi berbeda jauh dengan realitas yang ada di lapangannya.

Media sebagai penyebab munculnya hasrat masyarakat dalam menciptakan realitas yang palsu, sudah menjadi fenomena yang besar. Pada konteks penyebab hasrat ini, filsuf yunani seperti sokrates dan plato membagi faktor tersebut menjadi dua; Karnal dan Libidinal. Karnal adalah hasrat manusia kepada hal-hal material, seperti keinginan terhadap harta benda, makanan dan berbagai jenis kebutuhan material lain. Sedangkan hasrat Libidinal (libido) adalah hasrat kepada hal-hal immaterial seperti cinta, citra, harga diri, kepandaian, penghormatan dan berbagai kebutuhan immaterial lainnya. Ketika masyarakat memasuki era postmodern maka akan terjadi perubahan pola interaksi sosial dan cara komunikasi masyarakat dalam menyikapi realitas sosial yang ada di sekitarnya. Secara umum semakin sulit dibedakan antara realitas sosial yang alami, realitas yang semu dan begitu pula dengan realitas sosial yang melampaui batas dirinya sendiri.

Berkembangnya hiperrealitas komunikasi ini tidak terlepas dari peran teknologi media komunikasi yang menuju arah teknologi simulasi. Pada konteks hiperrealitas media komunikasi, telah lepas dari realitas yang tidak mempunyai referensi. Komunikasi seolah menjadi sesuatu yang tidak membutuhkan tujuan dan berlangsung begitu saja tanpa memerlukan pondasi makna, logika, tujuan dan nilai guna. Komunikasi timbul dan tenggelam secara instan dengan kecepatan tinggi di dalam orbitnya, tanpa berkaitan dengan kondisi dan kebutuhan riil masyarakat, inilah yang dimaksud dengan ekstasi komunikasi.

Media sosial disinyalir menjadi penyebab ekstasi bagi penggunanya. Oleh karena itu pembuktian secara ilmiah diperlukan untuk keakuratan informasi yang bisa dipertanggung jawabkan serta menjauhi pernyataan yang nyata. Perkembangan teknologi digital erat kaitannya dengan proses simulasi, yang sarat dengan manipulasi visual.

Mengkaji fenomena hiperrealitas pada masyarakat pengguna media sosial instagram salah satu studi yang paling memungkinkan adalah dengan mengaitkannya bersama kajian mengenai simulakra. Simulakra tampil seperti realitas yang sesungguhnya, padahal ia merupakan realitas artifisial yang terbentuk melalui teknologi media yang bersifat simulatif. Fenomena simulakra pada media sosial layak untuk dikaji secara ilmiah, mengingat keberadaannya begitu sentral dalam masyarakat saat ini. Terlebih lagi peran media yang sangat kental dalam kehidupan pelajar khususnya mahasiswa. Hal ini patut dikaji secara teoritis berkenaan dengan kedudukan dan implikasinya dalam kehidupan masyarakat. Semua ini berangkat dari asumsi yang melihat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi serta penggunaannya dikalangan mahasiswa.

Fenomena ini dalam kalangan mahasiswa sudah cukup banyak yang terjadi. Hal ini juga berlaku pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare.

Mahasiswa-mahasiswa disana diketahui cukup banyak yang melakukan perilaku manipulasi realita kehidupan khususnya pada pengguna media sosial instagram. Hal ini disebabkan karena masalah-masalah seperti ketergantungan mahasiswa pada penggunaan media sosial instagram, fantasi untuk tampil hedonis, Harapan untuk memiliki citra yang baik dan luar biasa di mata masyarakat, serta ada yang sekedar iseng untuk menampilkan sesuatu yang sebenarnya bukan miliknya atau biasa disebut dengan istilah “halu”.

Penggunaan media sosial diketahui menjadi salah satu penyebab ketergantungan bagi para penggunanya. Oleh sebab itu, pembuktian secara ilmiah diperlukan untuk keakuratan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan serta menjauhi pernyataan yang bersifat rekaan. Pada penelitian ini penulis memilih media sosial instagram sebagai objek penelitian terhadap hiperrealitas dan budaya simulasi pada mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Institut Agama Islam Negeri Parepare. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul “Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram Mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare..

METODE (METHODS)

Jenis penelitian ini yang digunakan penulis adalah jenis penelitian kualitatif penelitian lapangan. Adapun analisis yang digunakan yaitu deskriptif bagian dari metode kualitatif.

Penelitian kasus memperhatikan semua aspek yang penting dari suatu kasus yang diteliti. Dengan menggunakan tipe penelitian ini dapat diungkapkan gambaran yang mendalam dan mendetail tentang suatu situasi atau objek. Kasus yang akan diteliti dapat berupa satu orang, keluarga, suatu peristiwa, kelompok lain yang cukup terbatas. Sehingga penelitian dapat memahami, dan mengerti bagaimana objek itu beroperasi atau berfungsi dalam latar alami yang sebenarnya. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui Hiperrealitas Simulakra pengguna instagram Mahasiswa Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare.

HASIL DAN PEMBAHASAN (RESULTS AND DISCUSSION)

Bentuk Hiperealitas Simulakra Pengguna Instagram Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab Dan Dakwah IAIN Parepare.

Berdasar dari teori hiperealitas dan simulakra yang dikonsep oleh Jean Baudrillard dalam melihat budaya media, yang kemudian digunakan oleh penulis sebagai dasar untuk melakukan penelitian terkait hiperealitas simulakra pada penggunaan media sosial Instagram. Penulis menggunakan teori ini untuk mengkaji fenomena dalam penggunaan instagram sebagai hiperrealitas di media sosial yang dilakukan oleh beberapa mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare yang konten instagramnya lebih banyak mengunggah foto dan video yang memperlihatkan suatu

bentuk citra palsu, yang dimana masyarakat tidak mampu lagi menilai keaslian dari hal yang ditampilkan oleh *user*.

Instagram memiliki berbagai konten menarik yang didalamnya cukup banyak menarik perhatian untuk dikonsumsi. Salah satu diantaranya adalah apa yang disajikan para penggunanya dengan berbagai modus dan latar belakang yang berbeda, sehingga memunculkan fenomena baru dikalangan pengguna. Penggunaan instagram ini berkembang seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih dan membuat penggunanya lebih mudah berkreaitivitas dalam membuat berbagai macam konten untuk disajikan kepada khalayak ramai yang telah mengikutinya. Sejalan dengan fungsinya, pengguna instagram dapat secara bebas berekspresi dengan kontennya untuk membangun citra mereka masing-masing, maka dari itu instagram juga diyakini menjadi salah satu wadah dimana hiperealitas terjadi dan terbentuk. Namun sebelum terbentuknya hiperealitas, terdapat serangkaian fase dalam mengonstruksi citra menurut Baudrillard dan beberapa proses penggunaan instagram juga akan dibahas dalam penelitian ini.

1. Fase merefleksikan realitas dasar (*Simulasi*)

Di fase awal ini adalah fase dimana pengguna Instagram membaca realitas bahwasanya cara pandangan seseorang dibentuk oleh komunikasi dan citra yang dibangun oleh sekelompok orang. Sekelompok orang tersebut dalam istilah umum media sosial dalam hal ini Instagram sering kali disebut sebagai *influencer* yang mana merupakan sekumpulan orang yang memiliki pengaruh terhadap cara pandang orang lain khususnya di media sosial, dan *influencer* pada konten ini adalah para pengguna Instagram yang dipilih secara acak oleh penulis.

Pada fase ini kita juga dapat melihat bagaimana motif menjadi seorang pengguna Instagram yang menerapkan bentuk simulakra ataupun membentuk hiperealitas. Umumnya para pengguna Instagram mengungkapkan bahwa mereka berawal dari iseng karena hobi mengabadikan foto sampai akhirnya kecanduan dan cukup membuat pengguna Instagram eksis dalam kehidupannya. Seperti yang disampaikan oleh SS ialah;

“awalnya sih iseng upload, sebenarnya juga senang mengabadikan moment dalam bentuk foto dan disimpan di Instagram untuk momen-momen yang terbaik buat saya makanya saya upload disana. Dan memudahkan juga jika ingin melihatnya kembali saat filenya sudah terhapus.”

Jawaban serupa juga diungkapkan oleh RA yang mengatakan;

“pertamanya memang saya sama sekali tidak tau bagaimana cara penggunaan Instagram itu, ya.. sependek pengetahuan saya tentang aplikasi ini, bisa menyimpan foto-foto dan saling berinteraksi melalui pengiriman pesannya. Sampe-sampe ada yang suka dengan apa yang saya posting ke Instagram saya. Jadi semakin seru.”

Berdasarkan pernyataan informan di atas, dapat dideskripsikan bahwa pada fase merefleksikan realitas dasar para pengguna instagram mempunyai motif yang berbeda-beda. Instagram digunakan oleh mahasiswa untuk mengabadikan moment yang dialaminya agar dapat tersimpan ditempat yang aman dan tidak lagi membuat galeri penuh, meskipun pada dasarnya dalam penggunaan instagram mereka belum memahami secara full, hanya dengan bermodalkan keisengan dan rasa ingin tahu terhadap aplikasi tersebut. Namun seiring berjalannya waktu dengan seringnya digunakan aplikasi tersebut maka mereka akan memahami lebih jauh terkait penggunaan instagram sehingga sudah menjadi kebiasaan yang selalu dilakukan hampir setiap harinya, dimana ada moment maka akan diabadikan melalui photo yang kemudian di upload di instagram masing-masing. Di samping itu, dalam mengupload photo di instagram bisa mengundang orang lain untuk menyukai dalam hal ini *like* photo yang diupload atau halaman-halaman beranda kita, sehingga hal tersebut dapat mengundang *followers* semakin bertambah.

Informan lainnya yaitu HS juga menyampaikan alasannya menjadi pengguna Instagram karena berawal dari hobi;

“awalnya hobi saja mengabadikan momen-momen dalam bentuk video dan foto dan diberikan kata-kata seperti puisi dan *quotes* karena kan di instagram memiliki fitur itu semua yang biasa orang sebut dengan kata ‘*caption*’ sehingga lebih memudahkan menyimpan hal-hal yang menarik yang saya sukai”.

Berdasarkan pernyataan HS di atas, dapat dideskripsikan bahwa berawal dari hobi instagram digunakan sampai sekarang. Dimana instagram digunakan untuk mengadkan setiap moment dalam bentuk photo atau video yang dalam menguploadnya selalu disertai dengan caption yang tersedia dalam fitur-fitur instagram itu sendiri, sehingga membuat photo atau video yang diupload tampilannya menjadi lebih menarik sehingga dapat mengundang *followers* dan *like*.

Berdasarkan pernyataan informan tersebut di atas dapat dideskripsikan bahwa dari berbagai motif yang diungkapkan oleh para informan sebagai pengguna Instagram, peneliti melihat bahwa adanya kesesuaian antara gaya hidup dan fitur yang kemudian dimiliki oleh aplikasi Instagram, salah satu di antaranya adalah mampu menyimpan foto dan video yang dimiliki oleh para pengguna Instagram. Selain dari pada itu, hasil postingan yang diunggah di Instagram dapat pula disimak atau dikonsumsi oleh publik sehingga memunculkan nilai dan kepuasan tersendiri bagi para pengguna Instagram, terkhusus di kalangan mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare. Pada tahapan ini para pengguna awalnya belum terlalu memperlihatkan simulakra melainkan masih menampilkan hal-hal yang masih memiliki keasliannya dan itu telah sesuai dengan teori yang telah dibawa oleh Jane Baudrillard dengan tetap merefleksikan realitas yang sesungguhnya.



Masyarakat kini membentuk identitas tersebut melalui apa yang dikonsumsi dan hal tersebut akan menjadi pertanda bagi dirinya, dalam hal ini setiap orang pada awalnya akan mengonsumsi hal-hal yang membuatnya tertarik untuk melihat konten yang disajikan oleh pengguna lainnya dan tidak jarang pula hal itu dapat menginspirasi mereka untuk membuat konten mereka masing-masing. Hal ini diperkuat dengan pernyataan informan SS bahwasanya;

“saya itu biasanya kalo buka-buka instagram selalu konsumsi konten apa yang muncul diberanda saya terkadang juga saya mengonsumsi konten seperti kata-kata motivasi dan dakwah-dakwah yang berdurasi singkat. Karena kan di IG durasi video itu tidak panjang jadi enak saja disimak sambil *scroll*.”

Begitupun dengan informan selanjutnya yaitu HS ia menyatakan bahwa;

“awalnya saya itu masih random kalo posting konten di Instagram cuman seiring berjalannya waktu mulai berkembang konten yang saya sajikan karena saya sudah belajar dari akun-akun yang lainnya yang menarik untuk membahas tentang literasi. Berhubung saya juga suka menulis jadi konten yang saya konsumsi itu kadang orang-orang pegiat literasi juga karena dari situ saya belajar banyak tentang kepenulisan dan lain-lain.”

Sama halnya dengan dua informan diatas informan RA juga menjelaskan bahwasanya;

“mengonsumsi konten sebelum membuat konten itu perlu untuk kita menentukan mau seperti apa konten yang ingin kita tampilkan di media sosial. Seperti saya yang suka melihat konten yang berbau *fashion* atau memadukan *outfit* yang saya sukai maka konten yang saya lihat juga tidak jauh dari hal tersebut.”

Berdasarkan dari berbagai pandangan dan pengalaman di media sosial khususnya Instagram setiap informan tidak jarang mereka semua mengonsumsi apa yang ditampilkan dalam media sosial tersebut. Namun konsen mereka berbeda-beda satu sama lain. Ada yang konsennya pada *fashion*, gerakan literasi dan ada juga yang mengonsumsi kata-kata motivasi dan dakwah yang biasa orang lain buat untuk menarik perhatian *followers*-nya. Tidak jarang pula mereka terinspirasi untuk melakukan hal yang sama di media sosial. Sehingga terjadilah pertukaran komunikasi dari mereka secara tidak langsung hanya dengan menampilkan konten yang menjadi konsen mereka.

2. Menutupi dan memutar balikkan realitas dasar; menjadi tanda yang berbeda (*simulakra*)

Pada fase ini realitas gaya hidup sebagai pemenuhan kebutuhan biologis, diputar balikkan menjadi suatu tanda atau simbol yang diperlihatkan kepada khalayak. Gaya hidup seakan memberi nyawa berupa simbol sehingga menunjukkan prestise bagi orang yang mengonsumsi. Hal tersebut diangkat sebagai konten oleh



sipengguna Instagram pada masing-masing akun Instagramnya dengan mengatas namakan sesuatu yang kekinian atau lagi tren ataupun viral, seperti yang diungkapkan oleh informan RA

“saya sebagai pengguna Instagram melihat orang-orang dalam menggunakan aplikasi Instagram ini sebagai tren-trenan. Pas lagi keren-kerennya hasil jepretan kan sayang kalau diabaikan, lebih baik diposting ke Instagram, biar bisa dibilang juga tidak terbelakang dalam hal-hal yang lagi ngetren atau yang lagi viral.”

Berdasarkan pernyataan salah satu informan di atas, dapat dideskripsikan bahwa instagram digunakan sebagai salah satu sarana yang berbentuk aplikasi untuk mengikuti perkembangan zaman. Instagram menjadi kebutuhan biologis agar tidak ketinggalan zaman dalam hal ini mengikuti trend, photo yang dihasilkan dari jepretan kamera menjadi bahan setiap halaman instagram seseorang. Setiap photo yang diupload di instagram atau halaman yang dimuat di instagram dengan berbagai fitur dapat menjadi perhatian orang lain sehingga pada akhirnya bisa saja menjadi viral di sosial media atau setidaknya bisa dibilang mengikuti yang lagi viral di sosial media.

Pernyataan yang tidak jauh berbeda juga diungkapkan oleh HS selaku informan dalam penelitian ini;

“kan kita masing-masing punya akun Instagram, saya kalau menggunakan Instagram juga pasti lihat apa-apa yang diposting orang-orang. Dan dari situ sangat bisa menjadi bahan referensi saya untuk unggahan di akun sendiri. Agar apa yang kita posting tidak terlihat norak dan dapat dikonsumsi publik dengan sangat baik dan memiliki feedback yang berguna untuk akun kita tersendiri.”

Berdasarkan pernyataan HS di atas dapat dideskripsikan bahwa setiap orang mempunyai akun instagram secara pribadi, dimana setiap login atau aktif dalam instagram maka pada umumnya orang-orang akan membuka halaman-halaman berandanya karena halaman beranda yang duluan tampil di gadget ketika login ke akun instagram, melalui halaman beranda tersebut photo-photo atau video-video dapat dilihat oleh sipengguna instagram sehingga melalui tampilan tersebut sipengguna instagram dapat mengetahui hal yang lagi viral hari ini. Di samping itu, dapat menjadi bahan referensi sipengguna instagram dalam mengupload photo selanjutnya dalam akun pribadinya sehingga terlihat keren dan tidak norak sehingga dapat mengundang *like* orang lain dan *followers* bagi akun sendiri.

Informan lainnya juga menjelaskan hal terkait unggahan yang mereka posting di akun Instagramnya yaitu informan SS;

“Kan kalau postingan kita ngetren bisa menjadi bahan perundingan orang-orang untuk melakukan hal yang sama. Mana kalau kita lagi unggah foto-foto yang punya background yang menarik dan mendapatkan respon *like* yang lebih banyak dan ada beberapa *followers* yang komentar tentang mempertanyakan

lokasi tempat kita mengambil gambar. Berarti publik menerima apa yang kita post dan menjadi informasi baru buat mereka serta kita juga dianggap kekinian”.

Berdasarkan pernyataan salah satu informan di atas, dapat dideskripsikan bahwa instagram digunakan untuk mengundang perhatian orang-orang yang melihatnya dimana ketika photo yang diupload menarik maka orang lainpun akan melakukan hal yang serupa. Apalagi jika photo yang diupload disertai background yang menarik dan keren maka *like* akan banyak ditambah dengan komentar *followers* yang penasaran dengan lokasi yang menjadi background kita tadi, melalui hal tersebut dapat menjadi informasi bagi mereka sehingga dapat dikatakan bahwa publik menerima setiap apa yang kita upload karena bisa saja menjadi sumber informasi bagi mereka yang lagi trend atau viral hari ini.

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti telah menemukan bahwa pengguna instagram dalam hal ini mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah menggunakan instagram untuk berbagi di ruang publik dengan unggahan yang tren ataupun viral sebagai pengguna Instagram yang akan mendapatkan atensi dari *followers* atau pengikut mereka di Instagram. Serta keberadaan terkait lokasi tempat para pengguna Instagram tersebut juga mengubah gaya hidup para pengguna Instagram dalam tingkat konsumsi. Berdasar pada uraian tersebut, hal ini telah memenuhi salah satu tahapan citraan menurut Jean Baudrillard karena terjadi pemilihan foto-foto dan video yang mencitrakan kesan bagus dan keren yang akan menarik perhatian pengguna lain untuk memberi respon atas apa yang diupload oleh pengguna dalam hal ini si informan.

Kasus tersebut memperlihatkan status yang kita unggah yang semuanya nampak indah dan bagus, postur tubuh, muka, pakaian yang fashionable, tempat yang unik dan cantik serta foto-foto mereka sendiri yang memperlihatkan kebahagiaan dan keceriaan. Postingan foto-foto anak muda yang sedang bersenang-senang dengan teman-temannya yang seolah ingin menunjukkan betapa bahagianya hidupnya apakah benar-benar mempresentasikan dirinya yang memang penuh kebahagiaan. Bisa jadi disisi lain kehidupan mereka dalam kesepian atau sedang menghadapi permasalahan dan apa yang mereka unggah dalam media sosial seolah untuk menyembunyikan fakta yang nyata tentang mereka. Pada pembahasan ini objek konsumsi tersebut mengandung tanda-tanda personalisasi status sosial, untuk menentukan suatu konsumsi itu berbeda seseorang bisa melakukan klasifikasi untuk menentukan hal yang ingin dia tuju dan tunjukkan tentang bagai dirinya dalam suatu golongan masyarakat. Adapun dalam pernyataan Informan RA ia mengatakan bahwa;

“sebelum mnghasilkan suatu konten biasanya saya memilih dan memilah suatu konten yang menjadi rujukan saya apakah hal itu dipandang keren, baik, atau kekinian untuk diadopsi menjadi konten selanjutnya. Dan hal itu sangat penting

demikian tidak membuat bosan para followers dengan menyaksikan konten yang itu-itu saja sehingga harus selalu ada *update*-annya. Apalagi konsen saya adalah *fashion* jadi saya harus selalu melihat hal-hal yang lagi *hype* saat ini agar saya tidak termasuk orang yang ketinggalan zaman.”

Berdasarkan pernyataan salah satu informan di atas, dapat dideskripsikan bahwa konten menjadi salah satu konsumsi sipengguna instagram. Dalam membuat konten ternyata rujukan konten juga perlu dipilih agar konten yang dihasilkan nantinya menarik, keren dan kekinian sehingga bisa menjadi rujukan konten selanjutnya. Hal tersebut menjadi sangat penting agar nantinya penonton dalam hal ini followers tidak menjadi bosan dengan konten yang monoton sehingga akun sipengguna instagram perlu diupdate setiap saat. Apalagi jika konten yang dibuat terkait tentang fashion maka harus selalu diupdate agar tidak ketinggalan zaman.

Sejalan dengan hasil wawancara di atas, informan lainnya yaitu SS menyatakan bahwa;

“dalam konten saya itu saya ingin memperlihatkan bahwasanya saya memiliki suatu kegiatan yang bermanfaat juga yaitu dengan bergabung di salah satu organisasi dan saya biasa membagikan hal itu. di postingan IG saya juga hanya sekedar memberikan informasi saja kepada *followers* saya tentang ditempat mana saja saya mengambil foto dengan memanfaatkan fitur *tag* lokasi.”

Berdasarkan pernyataan SS di atas, dapat dideskripsikan bahwa konten yang diupload di instagram menjadi pemberitahuan kepada followers bahwasanya kegiatan yang dilakukan itu bermanfaat karena terkait organisasi atau lembaga yang digeluti dalam bangku perkuliahan. Kemudian dapat memberikan informasi terkait lokasi kegiatan dalam organisasi atau lembaga tersebut dilaksanakan melalui fitur lokasi sehingga konten yang diupload diinstagram tidak sekedar konten semata melainkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman dalam organisasi atau lembaga perkuliahan.

3. Menutupi ketiadaan realitas dasar (*hiperrealitas*)

Fase ketiga yaitu menutupi realitas dasar adalah dimana para pengguna Instagram melakukan proses *editing* hingga *review* pada akun Instagram mereka. Khususnya sistem *review* yang juga memberikan berupa *rating* dan berusaha menutupi ketiadaan realitas dasar itu sendiri dengan cara seakan menduplikasi realitas, namun kenyataannya tidak berhubungan pada realitas asli. *Review* dan *rating* yang didapatkan pada setiap postingan konten untuk para pengguna Instagram terhadap apa yang telah diunggah akan membuat pengguna semakin termotivasi untuk membuat konten secara berkelanjutan sesuai dengan minatnya. Hal ini sejalan dengan apa yang jelaskan oleh informan RA bahwasanya;

“sebelum kita mengupload foto atau video ke instagram biasanya saya melakukan proses editing dulu biar apa yang saya tunjukkan kepada followers saya merupakan hal yang menarik untuk dilihat”

Berdasarkan pernyataan RA di atas, selaku informan dalam penelitian ini dapat dideskripsikan bahwa pada dasarnya setiap photo atau video yang hendak diupload di instagram terlebih dahulu diedit oleh sipengguna instagram itu sendiri. Hal ini bertujuan agar photo atau video tersebut menarik perhatian orang-orang yang melihatnya termasuk *followers* sehingga dapat mengundang *like* mereka. Dalam editing photo biasanya dilakukan dalam akun instagram itu sendiri dengan menggunakan filter-filter yang tersedia dalam instagram tersebut karena begitu banyak filter yang disediakan yang dapat membuat tampilan photo lebih menarik bahkan lebih cantik dari realitas yang sesungguhnya.

Pernyataan informan tersebut di atas dapat dideskripsikan bahwa, realitas memang tampak jarang kekurangan-kekurangan yang ada pada foto maupun video dengan melakukan proses editing sehingga menjadi sesuatu yang tidak ada hubungannya sama sekali dengan realitas yang nantinya disebut sebagai simulacra. Merubah foto dan video dengan cara mengedit sehingga semua kelihatan baik dan tren atau viral dalam realitas sosial kita saat ini adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat.

Informan lainnya juga menjelaskan hal terkait yang ia posting di akun Instagramnya yaitu informan HS mengatakan bahwa;

“sekarang konten yang saya upload melalui proses editing terlebih dahulu sebelum saya mengunggahnya keakun sosial media saya dan biasanya dibarengi dengan *caption* yang baik berupa puisi maupun *quote* yang kadang saya buat sendiri. Untuk membuat orang-orang menggemari konten yang saya sugukan baik berupa video maupun foto”.

Berdasarkan beberapa hasil wawancara di atas, peneniliti dapat menarik kesimpulan bahwa para informan telah melakukan simulakra pada fase ini. Sesuai yang terdapat dalam teori milik Jane Baudrillard bahwa fase ini menutup realitas dasar dengan memberikan *editing* terhadap konten yang akan mereka *upload* untuk dikonsumsi khalayak ramai dan tidak jarang orang-orang menyukai hal tersebut karena fitrahnya setiap orang menyukai hal-hal yang indah dan memanjakan mata.

Upaya menciptakan di identitas virtual khususnya kelas sosial dapat dilihat dari motivasi untuk update status antara lain ingin terlihat kekinian, lebih Hits, kelihatan sering nongkrong dan mengikuti perkembangan jaman. Selain dari alasan update status, keinginan untuk menciptakan identitas baru juga nampak dari objek atau symbol-symbol yang yang diunggah. Dapat diperhitungkan untuk menghasilkan foto yang sempurna untuk diunggah mereka harus mengeluarkan biaya untuk nongkrong di café (membeli makanan), biaya untuk membeli baju yang up to date untuk



menciptakan kesan fashionable dan biaya transportasi untuk mengakses tempat-tempat tersebut dan tentunya korbanan waktu mereka.

4. Menunjukkan lenyapnya hubungan dengan kenyataan apapun dan apa yang ditampilkan.

Tahapan ini murni hanya sebagai simulakra, simulakra dalam hal ini yaitu pembuatan hal baru yang tidak sesuai dengan realitas yang ada dan menciptakan hal baru dalam kehidupan seperti film animasi dan sejenisnya. Sehingga pada hasil yang ditemukan oleh peneliti adalah tidak adanya tanda yang menunjukkan tindakan dari pengguna instagram mahasiswa Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare yang menerapkan tahapan ini.

Kondisi hiperrealitas membuat gaya hidup masyarakat dalam mengkonsumsi menjadi berbeda dengan cenderung mengkonsumsi sesuatu yang berlebihan tanpa mementingkan manfaatnya namun lebih karena pengaruh model-model kekinian yang dapat menunjang terbentuknya kelas sosial mereka. Hal tersebut adalah suatu efek karena masyarakat tidak bisa lepas dari keadaan hiperrealitas. Hal tersebut juga menciptakan suatu kenyataan jauhnya kita dari realitas objektif dan kita jauh terjebak kedalam realitas semu.

Dari empat tahapan dalam membangun citra perspektif Jeand Baudrillard yang dijadikan dasar pada pembahasan ini, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pengguna instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare masing-masing membangun citra pada akun instagramnya. Masing-masing dari pengguna instagram pada penelitian ini menerapkan tahapan citra yang pertama yaitu refleksi dari realitas, kedua yaitu berusaha menyembuyikan dan menyimpangkan realitas dan ketiga yaitu menyembuyikan absennya realitas (citra menutup ketidakadaan dan menghapus dasar realitas).

Dimana pada tahapan awal pengguna instagram merefleksikan realitas dasar dengan memposting atau mengunggah foto atau video dalam aplikasi sosial media instagram. Begitu pula pada tahapan yang kedua, para informan juga menerapkan tahapan citra ini yaitu menutupi realitas dan memutar balikkan realitas dasar sehingga menjadi tanda yang berbeda. Para informan menerapkan tahapan ini dengan melakukan pemilihan foto atau video terbaik mereka sehingga adanya simbol bahwa ia baik, menarik dan sebagainya. Menutupi ketiadaan realitas dasar sebagai tahapan ketiga dalam membangun citra perspektif Jeand Baudrillard, tahapan ketiga ini juga dilakukan oleh informan dengan melakukan proses editing dan bahkan sampai *review* terlebih dahulu sebelum melakukan unggahan foto atau video keakun sosial media instagram mereka masing-masing.

Adapun proses tahapan terbentuknya realitas baru atau dapat disebut juga sebagai realitas semua pengguna instagram. Berikut pembahasan terkait tahapan-



tahapan yang dilalui oleh masing-masing informan, mulai dari *hunting* konten, hingga konten tersebut diunggah ke media sosial Instagram:

1. *Hunting* konten

Sebelum para pengguna Instagram dalam membuat konten, biasanya mereka akan melakukan beberapa proses hingga akhirnya mengunggah konten yang dibuatnya ke Instagram. Salah satu awal dari proses tersebut adalah kegiatan mencari konten atau biasa disebut sebagai “*hunting* konten”. *Hunting* konten yang dilakukan oleh para pengguna Instagram biasanya mereka mengonsumsi konten yang sering mereka lihat di akun media sosial mereka kemudian diadopsi untuk melahirkan konten yang serupa untuk lebih menggaet para *followers*. Hal ini pun dibenarkan oleh informan RA bahwasanya;

“biasanya saya sebelum meng-*upload* foto-foto atau konten yang ingin saya tampilkan di media sosial terlebih dahulu melakukan *hunting* konten atau mencari bahan untuk keperluan konten saya. Dan tak jarang saya juga terinspirasi dari konten-konten orang lain. Semisal bepergian ketempat-tempat yang sedang hits nah disana saya mulai membuat konten seperti foto-foto *aesthetic* dan lain sebagainya”

Pernyataan informan tersebut di atas dapat dideskripsikan bahwa dalam membuat konten salah satu kegiatan yang dilakukan adalah dengan mencari konten atau biasa disebut sebagai *hunting* konten. *Hunting* konten dilakukan untuk menyediakan foto yang nantinya akan diunggah ke dalam akun instagram.

Informan yang lainnya pun memberikan pernyataan serupa tentang *hunting* konten yang ia lakukan sebelum membuat kontennya. SS mengatakan bahwa;

“*hunting* konten itu sangat berguna bagi kita sebagai pengguna Instagram biar konten-konten yang kita tampilkan tidak monoton dan membuat *followers* merasa bosan dengan hal-hal tersebut. Jadi saya juga terkadang mencari referensi dari berbagai akun yang lainnya. “

Selain itu referensi dari berbagai akun yang unik, menarik, bahkan viral juga menjadi salah satu kategori pemilihan untuk kegiatan *hunting* konten. Hal ini didukung oleh pernyataan informan dalam hasil wawancaranya mengatakan bahwa:

Ia biasa *hunting* beberapa referensi akun untuk persediaan konten, ada beberapa akun yang memuat konten. Aku *explore* disana yang bagus-bagus, unik, atau hits untuk nantinya konten aku, dan itu aku save beberapa foto untuk stok.

Hal serupa pula disampaikan oleh informan HS yang dimana ia juga sering melakukan *hunting* konten sebelum membuat kontennya sendiri. Ia menyatakan bahwa;

Saya melakukan hunting konten untuk lebih memperkaya pengetahuan saya dan terkadang juga saya sering membaca, dan melihat referensi video-video untuk saya buat menjadi konten karena konten saya lebih banyak ke arah penulisan karena saya menyukai hal itu. jadi konten yang saya konsumsi pun hal-hal yang berhubungan dengan penulisan”.

Berdasarkan dari pernyataan para informan maka hunting konten disini sangat berguna demi menunjang *performance* seseorang pada media sosialnya. Karena tidak menutup kemungkinan semua pengguna Instagram sering melakukan hal tersebut untuk menambah referensi mereka, guna membuat konten-konten yang bervariasi dan banyak diminati oleh para pengguna Instagram khususnya para *followers* informan.

Hal ini juga merupakan salah satu bentuk dari simulakra dimana seseorang ingin menampilkan hal-hal yang memiliki tanda dan simbol sebagai citra mereka dalam media sosial. Tidak jarang pula mereka mengeluarkan *budget*, seperti halnya bepergian ketempat-tempat wisata, tempat-tempat yang memiliki spot foto yang menarik hanya demi melakukan hunting konten tersebut demi mendapatkan hasil yang dapat memuaskan dirinya sendiri.

2. Foto konten

Foto konten adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dari media sosial begitu pula dengan Instagram. Foto pada suatu konten adalah hal yang paling penting sebab di Instagram juga sebagai wadah untuk menampilkan konten yang berupa foto maupun video. Adapun penggunaannya tidak dapat terlepas dari hal tersebut, apabila ingin tetap eksis dalam Instagram maka para penggunaanya juga harus memanfaatkan keahlian mereka dalam memilih dan memilih konten apa saja yang ingin mereka tampilkan di ruang publik. Pada pembahasan ini, ada dua cara yang terkadang dilakukan oleh para pengguna Instagram yaitu:

a. Teknik dan waktu pengambilan gambar

Proses ini pengguna Instagram akan mengambil gambar dengan memanfaatkan *angle* yang mereka kuasai agar terlihat menarik dan presisi serta mampu untuk dikonsumsi publik dalam hal ini adalah *followers* mereka masing-masing, serta tidak lupa pula mereka memperhatikan setiap waktu untuk pengambilan gambar agar yang mereka sajikan terbilang bagus untuk dilihat dan dikonsumsi oleh publik. Hal ini sejalan dengan pernyataan informan HS bahwasanya;

“sebelum saya melakukan pembuatan konten semisal video atau foto maka tak jarang saya terlebih dahulu pengambilan gambar menggunakan *angle* yang bagus dan waktu yang pas untuk melakukannya. Biasanya saya melakukan pengambilan gambar saat *sunset* ataupun siang dan pagi hari karena diwaktu-waktu itulah pemandangan sangat bagus dan apa yang



ditampilkan sangat bagus. Semisal senja kan sekarang orang-orang lagi sukanya dengan senja jadi saya memanfaatkan waktu-waktu senja untuk mengambil gambar yang menurut saya *aesthetic*.”

Pernyataan informan tersebut di atas dapat dideskripsikan bahwa, dalam pengambilan video atau foto hal yang harus diperhatikan adalah masalah tempat dan waktu karena hal tersebut sangat mempengaruhi kualitas video dan foto terbaik, pengambilan video dan foto yang tidak mempertikan hal tersebut akan menghasilkan kualitas video dan foto yang biasa.

Hal serupa pula disampaikan informan RA tentang teknik dan waktu pengambilan gambar yang ia lakukan bahwasanya;

“saya mengambil gambar saat siang hari dan terkadang di waktu sore dan itu dibantu dengan teman saya yang tau tentang cara berfoto yang baik sehingga menghasilkan foto-foto yang bagus dan baik untuk dilihat oleh khalayak ramai khususnya di Instagram”.

Pernyataan informan tersebut di atas dapat dideskripsikan bahwa, dengan teknik yang sedemikian rupa bisa menghabiskan waktu yang cukup lama pada proses konten foto mengambil gambar saat siang hari dan terkadang di waktu sore. Karena kalau foto yang diambil kita merasa jelek maka pemotretan akan terus diulang sampai bagus. Mungkin puluhan sampai dapat foto terbaik baru distop dan diupload ke instagram untuk dilihat khalayak ramai.

Begitupun dengan informan selanjutnya yakni SS yang menyatakan bahwa;

“mengambil gambar itu sangat perlu diperhatikan baik kapan dan dimana gambar tersebut diambil. Saya terkadang megambil gambar jika tempat tersebut itu baik untuk diabadikan tidak peduli itu siang atau malam dan sore hari selama gambar yang dihasilkan bagus maka akan saya lakukan”

Sesuai dengan pernyataan para informan tentang teknik dan waktu pengambilan gambar hampir semuanya melakukan di waktu pagi, siang dan malam. Serta tidak lupa pula mereka juga memperhatikan tempat yang akan menjadi bagian penting dalam pengambilan gambar yang mereka lakukan. Apabila lokasi tersebut tergolong bagus maka mereka akan mengambil gambar ataupun video dengan mempertimbangan pencahayaan yang tepat, agar gambar yang dihasilkan pula disukai oleh para *followers*. Karena menurut mereka yang terpenting adalah citra yang ingin mereka tampilkan sebagai tanda dan simbol.

b. Properti dan alat pendukung lainnya

Selain dari pada proses pengambilan gambar yang dilakukan oleh pengguna Instagram, mereka juga terkadang memanfaatkan properti dan alat pendukung lainnya untuk membuat tampilan mereka agar menjadi lebih baik lagi serta layak

untuk ditampilkan di *feeds* Instagram. Hal ini didukung oleh pernyataan SS sebagai informan yang menyatakan bahwa;

“properti dan alat pendukung sangatlah menunjang untuk menghasilkan foto yang sangat baik. Adapun properti yang biasa saya gunakan itu adalah dengan memakai *outfit* yang mendukung dengan tema foto yang ingin saya tampilkan. Terkadang juga saya memakai kain tenun untuk foto jika dilokasi yang berbau alam agar mendukung tampilan. Saya juga memakai alat pendukung seperti kamera hp yaitu Samsung J2 Prime”.

Pernyataan informan tersebut di atas dapat dideskripsikan bahwa, dalam menunjang foto konten yang cantik dan menarik, alat pendukung sangatlah menunjang untuk menghasilkan foto yang sangat baik sesuai dengan kebutuhan foto konten. Dan alat yang dibutuhkan seperti yang diungkapkan oleh informan tersebut di atas adalah kain dan hp Samsung J2 prime.

Hal serupa pula disampaikan informan RA tentang properti dan pendukung lainnya yang ia gunakan dalam melakukan pengambilan gambar;

“saya menggunakan outfit yang bagus sebagai properti yang mendukung untuk pengambilan gambar yang sesuai dengan suasana pada saat itu. Terkadang juga saya menggunakan beberapa alat bantu lainnya seperti cermin yang ada pada postingan saya adapun alat pembantu yang lainnya saya juga menggunakan kamera dan hp iphone 7 dalam pengambilan gambar”.

Pernyataan di atas dikuatkan pula oleh informan HS bahwasanya;

“properti dan alat pendukung yang saya gunakan untuk pengambilan gambar cuman hape sih yang kadang saya gunakan itu hp Samsung A20”.

Berdasar pada beberapa hasil wawancara yang ada di atas, tidak dipungkiri bahwa properti dan alat pendukung lainnya sangat memiliki peran yang penting. Properti dan alat pendukung yang sering digunakan seperti penggunaan sarung tenun, cermin dan *handphone* (HP), baik yang speknya tinggi sampai hp yang speknya sedang menjadi penunjang bagi para informan untuk meningkatkan kreativitas mereka masing-masing untuk tetap berkarya dan membangun citra mereka dalam bermedia sosial.

3. *Editing* konten

Setelah melakukan pengambilan gambar dengan segala macam properti dan pendukung lainnya tidak jarang seorang pengguna Instagram akan melakukan editing terlebih dahulu untuk menunjang isi konten yang akan mereka sajikan di khalayak ramai di luar sana yang menikmati setiap kontem mereka. Hal ini dikuatkan dengan pernyataan informan HS bahwasanya;



“setelah saya memiliki gambar atau konten yang telah saya buat biasanya saya melakukan editing terlebih dahulu agar gambarnya semakin menarik baik itu foto maupun video pasti saya edit dulu. Adapun aplikasi edit foto yang saya gunakan yaitu VSCO dan filter Instagram. Lain juga jika saya ingin mengedit video itu aplikasinya beda lagi adapun aplikasi yang saya gunakan yaitu Kine Master dan Inshot ”.

Hal serupa disampaikan pula oleh informan RA tentang melakukan proses editing sebelum mengupload foto ke media sosialnya;

“editing itu sangat penting bagi saya karena dengannya bisa lebih menampilkan hasil yang lebih bagus jika hasil foto kita belum sesuai dengan keinginan kita. Penggunaan editing juga memang sedang digemari juga pada saat ini untuk menunjang hasil foto semakin mejadi lebih bagus lagi dan saya juga menggunakan aplikasi untuk editing foto. Adapun aplikasi editing foto yang saya gunakan yaitu *Light Room*”

Hal ini juga dilakukan oleh informan SS, ia menyatakan bahwa;

“mengedit sangat perlu untuk member warna yang tajam pada foto agar terlihat bagus dan saya juga tidak begitu banyak menggunakan aplikasi dalam mengedit saya hanya memanfaatkan filter Instagram saja untuk editan saya sebelum di upload ke IG”

Dari pernyataan-pernyataan informan di atas dapat peneliti katakan bahwasanya editing konten itu sangatlah perlu dan penting bagi para pengguna Instagram sebagai bentuk melahirkan suatu citra yang baik terkhusus bagi mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah. Mereka juga menggunakan berbagai aplikasi editing untuk menunjang tampilan mereka di Instagram. Dengan mengedit setiap yang mereka akan unggah merubah tampilan aslinya seperti menjadikan objek semakin berwarna dan cerah. Hal tersebut merupakan bentuk simulakra yang terdapat dalam teori Jean Baudrillard, yang dimana termasuk kepada tahapan simulakra yang ketiga yaitu menyembunyikan realitas sesungguhnya dan yang ditampilkan adalah hasil editan.

4. *Review* konten

Setelah melalui proses editing terkadang pembuat konten melakukan tahapan *review* terlebih dahulu untuk mengoreksi apakah konten tersebut sudah layak mereka unggah ke akun media sosial mereka atau belum layak. Hal ini dikarenakan mereka masih belum sepenuhnya percaya akan tingkat konsumsi dari para *follower*, sehingga masih melakukan tahapan ini.

Hal ini selaras dengan yang dikatakan oleh informan HS:

“review konten sangatlah penting bagi saya karena konten yang biasa saya upload adalah konten video yang dibarengi dengan rekaman suara membaca puisi atau motivasi supaya tidak ada kesalahan saat sudah di upload ke media sosial yang saya punyai”

Begitupun yang disampaikan oleh informan RA yang merasa sangat penting melakukan *review* pada kontennya;

“setelah mengedit konten terkadang saya melihat kembali hasil editan saya apakah sudah sesuai dengan keinginan saya dan sudah baik untuk di upload ke media sosial”

Berdasarkan hasil wawancara di atas ternyata *review* konten sangatlah penting bagi setiap pengguna Instagram karena dengan begitu pengguna bisa mengoreksi kembali hasil editan mereka sebelum di upload ke media sosial. Sehingga apabila terjadi kesalahan editing masih bisa diperbaiki dan dapat pula meminimalisir kesalahan penggunaan warna ataupun ketajaman tampilan gambar ataupun video yang ingin ditampilkan.

Adapun bentuk hiperrealitas juga terjadi pada pengguna instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare sebagai berikut:

a. Konsumsi konten

Konsumsi konten disini mereka akan mengkonsumsi konten yang disajikan oleh para pengguna Instagram lainnya dan tidak jarang mereka akan tertarik dengan konten tersebut serta akan mengikutinya. Semisal dari segi cara berfoto mereka, hal yang ditampilkan dalam konten mereka terkadang memiliki dampak terhadap setiap orang. Setiap konten yang sering mereka lihat akan muncul konten serupa yang berhubungan dengan yang mereka lihat dikolom *explore* atau *search*. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh HS bahwasanya;

“biasanya konsumsi konten yang sering saya lihat atau tonton itu seperti video editing kayak cara-cara edit video, kontennya orang-orang yang bergelut dibidang literasi khususnya puisi karena saya suka menulis juga jadi banyak belajar dari kontennya mereka”.

Hal lain pun disampaikan informan RA tentang konsumsi konten yang biasa ia lihat;

“saya biasanya liat apa saja yang muncul diberanda tapi lebih seringnya ke *fashion* seperti liat OOTD (*outfit of the day*) orang-orang di Instagram nah dari situ terinspirasi saya untuk menampilkan *outfit* saya di Instagram”.

Berdasarkan dari hasil wawancara para informan bahwasanya konsumsi konten sangat perlu bagi mereka guna menambah referensi konten agar semakin bervariasi. Tidak lupa pula setiap konten yang mereka adopsi menjadi landasan

untuk mereka tetap berkreaitivitas dengan berbagai konten yang mereka sajikan sesuai *fashion* atau ketertarikan mereka masing-masing. Dari sanalah mereka menciptakan nilai tanda dan nilai simbol bahwa konten mereka berfokus pada apa yang mereka senangi dan hal itu memiliki citra yang baik di ruang publik khususnya Instagram.

b. Meng-*influence followers*

Terkait dalam hal meng-*influence* para *followers* itu berkaitan juga dengan konsumsi konten yang mereka sukai karena setiap hal yang dilakukan oleh *following* (akun yang ia ikuti di Instagram) otomatis akan mempengaruhi dirinya. Semisal konten yang disajikan adalah makanan, maka orang-orang akan tertarik untuk membelinya, atau konten yang berhubungan dengan *traveling* juga akan menarik orang untuk mengunjungi tempat tersebut untuk meng-*explore* tempat itu layaknya yang dia lihat dalam instagram para *following*. Semakin bagus konten yang disugukan maka akan semakin bagus pula pengaruhnya terhadap *followers* dan pengguna Instagram itu sendiri. Hal ini berkaitan dengan yang disampaikan oleh informan RA;

“meng-*influence followers* dengan konten atau foto-foto yang telah kita unggah ke media sosial itu tidak menutup kemungkinan akan diikuti juga sama *followers* karena setiap hal yang *hype* pasti selalu ada tempat untuk peminatnya. Begitupun dengan saya yang sangat menyukai memadu-madankan busana dan tidak dipungkiri pasti ada yang mengikuti saya juga diluar sana”.

Pernyataan tersebut juga didukung oleh pernyataan informan HS yang menyatakan bahwa;

“menampilkan puisi di akun media sosial saya khususnya Instagram itu memang untuk meng-*influence* para *followers* saya untuk membumikan literasi agar semakin banyak lagi orang-orang yang menyukai membaca dan menulis dan itu yang saya tampilkan di media sosial saya. Namun saya mengemasnya dalam bentuk video dan juga tulisan sehingga lebih mudah diterima oleh anak-anak sekarang”.

Berlandaskan pernyataan dari informan bahwasanya mereka telah meng-*influence* para *followers* mereka dengan berbagai fokus yang berbeda. Ada informan yang menampilkan *outfit* yang saat ini sedang *booming* untuk khalayak ramai. Ada pula yang menjadi pegiat literasi untuk menampilkan tulisan-tulisannya di media sosial untuk membumikan budaya baca dan menulis bagi anak-anak zaman sekarang. Hal ini pun dibangun melalui citra yang mereka buat masing-masing dengan menggunakan nilai tanda dan nilai simbol seperti yang dimaksudkan oleh Jean Baudrillard.



Dari seluruh uraian pembahasan di atas, peneliti mendapatkan beberapa bentuk simulakra yang dilakukan oleh pengguna Instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare. Yakni pada proses membangun citra lebih dominan menutupi dan memutar balikkan realitas dasar sehingga menjadi tanda yang berbeda, serta para pengguna Instagram juga menutupi ketiadaan realitas dasar. Selain itu, para pengguna Instagram juga melakukan proses simulakra pada seluruh tahapan penggunaan sosial media instagram. Adapun bentuk hiperalitas juga terjadi pada pengguna Instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare yang dapat dilihat dari apa yang dikonsumsi oleh para pengguna Instagram lebih dominan adalah hasil olahan proses simulakra. Selain dari pada para pengguna Instagram juga melakukan upaya dalam meng-*influence* para *followers* guna untuk menyampaikan pesan citraan yang telah dibuat oleh para pengguna Instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare.

SIMPULAN (CONCLUSION)

Berdasarkan dari pengamatan yang telah dilakukan dan proses analisis yang telah diuraikan dalam skripsi ini, yang membahas tentang “hiperealitas simulakra bagi pengguna Instagram (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare)”, maka penulis membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk simulakra yang dilakukan oleh pengguna Instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare pada proses membangun citra lebih dominan terjadi pada beberapa bentuk yaitu mahasiswa merefleksikan realitas dasar dimana mahasiswa memulai mempelajari fitur-fitur instagram, kemudian mahasiswa menutupi dan memutarbalikkan realitas dasar, menjadi tanda yang berbeda, yaitu mahasiswa mengamati tren yang ada dan mencoba melihat peluang postingan yang akan tren meskipun tidak sesuai dengan dirinya, kemudian mahasiswa menutupi ketiadaan realitas dasar dimana mahasiswa mulai mengupload berbagai konten demi kepentingan tren dan viral yang mana jauh dari realita dari dirinya sendiri, dan menunjukkan lenyapnya hubungan dengan kenyataan apapun dengan apa yang ditampilkan. Selain itu, para pengguna Instagram juga melakukan proses simulakra pada seluruh tahapan penggunaan media sosial Instagram. Proses simulakra dimulai dari hunting konten, foto konten, editing konten dan review konten adapun bentuk hiperrealitas yang ditemukan adalah kegiatan konsumsi konten dan menginflues followers.
2. Faktor yang mendasari mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare sebagai pengguna Instagram dalam melakukan simulakra. Pertama, didasari

oleh *performance* di sosial media, khususnya terkait jumlah *followers* serta *engagements* yang merupakan suatu indikator besar atau kecilnya interaksi dengan *followers* seperti jumlah *likes*, *comments*, *views*, bahkan *repost* pada suatu akun Instagram seseorang. Hal ini adalah suatu yang juga menentukan bagaimana status sosial para pengguna Instagram di media sosial, sehingga memunculkan inisiatif bagi para pengguna Instagram untuk lebih variatif dalam menggunakan media sosial tersebut. Selain dari pada itu, hal kedua yang menjadi faktor terjadinya simulakra pada pengguna instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare adalah nilai tanda dan nilai simbol. Hal ini menjelaskan bahwa telah terjadinya kondisi hiperealitas yang dapat dikonsumsi pada aplikasi Instagram, sehingga menjadi nilai tanda dan dapat dikonsumsi bagi para penggunanya. Hal tersebut bisa saja hanya bernilai pesan serta dapat pula menjadi referensi baru untuk melakukan suatu tindakan ulang, tergantung apa yang menjadi aspek kebutuhan dan keinginan oleh para pengguna Instagram. Pada penelitian ini pula peneliti mendapatkan hasil bahwa para informan menjadikan hal tersebut sebagai bahan konsumtif dan refensi untuk melakukan suatu tindakan ulang untuk kebutuhan status sosial mereka.



DAFTAR PUSTAKA (REFERENCES)

Al-Qur'an dan Terjemahan

Adinda, Sakinah dan Edriana Pangestuti, *Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung Followers ke Suatu Destinasi*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 72, No. 1 (2019).

Aprilia, Nabila. 2015. *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas)*. Bandung: Unpas.

Arifin, Sarah. 2018. *Representasi Hiperrealitas pada Budaya Konsumerisme*. Yogyakarta: Jur. Seni Murni FSR ISI Yk.

Arikunto, Suharni. *Prosedur Penelitian Satu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta. 2006

Arsita, Adya. *Simulakra Baudrillard dalam Multidimensi Posmodernisme*, Jurnal Rekam. Vol. 13, No 02, 2017.

Ayu Kartika Maharani, Ida. *Masyarakat dalam Perkembangan Teknologi Informasi dan Realitas Perubahan Sosial di Era Postmodern*. Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya, vol. 14. No. 2, 2019.

Azlina, Annisa. *Pengaruh Aktivitas Terhadap Instagram Terhadap Sikap Mahasiswa Pengguna Instagram di Bandung (Studi Pada Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka*, Jurnal e-Proceeding of Management, Vol. 2, No. 2, 2015.

Azwar, Muhammad. *Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas*, Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Kearsipan Lhizanah al-Hikmah, Vol. 2, No. 1, 2014.

B. Sutopo, H.2002. *Pengantar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: UNS Press.

Baudrillard, Jean. 2018. *Simulakra and simulations*. tt; tp.

Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

Difika, Fifit. *Dakwah Melalui Instagram*, Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, 2016. <https://eprints.walisongo.ac.id/id/31> (31 Januari 2022).

Dwi Astuti, Yanti. *Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone*, Jurnal Pekomnas, vol. 2, no. 1, 2017.

Dwi Atmoko, Bambang. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita. 2012

- Enterprice, Jubilee. *Instagram Untuk Fotografi Digital & Bisnis Kreatif*. Bandung: Publisng House. 2016
- Fachrul Nurhadi, Zikri. 2017. *Teori Komunikasi Kontemporer*. Depok: Kencana.
- Fitria, Herlinda. *Hiperrealitas dalam Sosial Media*, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 45, no. 02, 2015.
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Jakarta: Publishing House.
- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Irawan, Prasatya. 2016. *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: Setiawan Pers.
- Katsir Ad-Dimsyaqy, Ibnu. *Tafsir Ibnu Katsir P7*, h. 17. <https://quranhadits.com> (30 Januari 2022).
- Kementerian Agama RI. 2015. *Al-Quran & Terjemahnya*. Bandung: CV Darus Sunnah, 2015.
- Mahendra, Bimo. *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram*, Jurnal Komunikasi, Vol. 16, No.01, 2017.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyono Santoso, Widjajanti. 2016. *Ilmu Sosial di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Oktaviani, Dewi. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro*, Skripsi IAIN Metro, 2019. <https://repository.metrouniv.ac.id> (30 Januari 2022).
- Putra Aldino, Arjuna. *Simulakra dalam Game Edukasi Sebagai Media Pembelajaran*, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016. <https://core.ac.uk/download/pdf> (10 Agustus 2021).
- Putra Rajaguk guk, Tri dan Kunto Sofianto, *Simulakra Hiperrealitas dan Reproduksi Tanda Gim Pubg*, Jurnal Metahumaniora, vol. 10, no. 1.

- Rosaline Ray Makin, Cristoforo. *Bentuk-Bentuk Simulakrum dan Hiperrealitas dalam Novel Ritual Gunung Kemukus Karya F Rahadi Perspektif Jean Baudrillard*, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018. <http://repository.usd.ac.id> (10 Agustus 2021).
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. 2019
- Salbino, Sherief. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi, 2015.
- Setiawan, Johan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Filsafat, vol. 28, no. 1, 2018.
- Sugeng Cahyono, Anang. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*, Vol. 1, No. 9 (2016). <https://journal.unita.ac.id> (30 Januari 2022).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2011
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV. 2017
- Suryaman, Maman, dkk. *Prosiding Seminar Nasional Bahasa, Sastra dan Kekuasaan*. Yogyakarta: Jurusan Bahasa dan Sastra Indonesia Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Yogyakarta. 2015
- Suyanto, Bagong. *Sosiologi Ekonomi di Era Masyarakat Post Modernisme*. Jakarta, Prenada Media Group. 2013
- Syamsul M Romli, Asep. *Jurnalistik Praktisi*. Bandung: PTRemaja Rosdakarya.
- Tholchah Hasan, Muhammad, dkk, *Metode Penelitian Kualitatif Tinjauan Teoritis dan Praktis*. Cet; III. Surabaya: Visipress Media. 2009
- Yusuf Lubis, Akhyar. *Postmodernisme Teori dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2016
- Yusuf, Akhmad. *Hiperrealitas Simulakra Media Sosial, Studi Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto Pengguna Instagam*, Skripsi IAIN Purwokerto, 2018. <http://repository.iainpurwokerto.ac.id> (30 Januari 2022)
- Ghazali, Miliza. 2016. *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram: Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*. Jakarta: Publishing House.

- Herdiansyah, Haris. 2013. *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Irawan, Prasatya. 2016. *Logika dan Prosedur Penelitian*. Jakarta: Setiawan Pers.
- Katsir Ad-Dimsyaqy, Ibnu. *Tafsir Ibnu Katsir P7*, h. 17. <https://quranhadits.com> (30 Januari 2022).
- Kementerian Agama RI. 2015. *Al-Quran & Terjemahnya*. Bandung: CV Darus Sunnah, 2015.
- Mahendra, Bimo. *Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram*, Jurnal Komunikasi, Vol. 16, No.01, 2017.
- Muhammad. 2008. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Mulyono Santoso, Widjajanti. 2016. *Ilmu Sosial di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Noor, Juliansyah. 2012. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nuridin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Oktaviani, Dewi. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro*, Skripsi IAIN Metro, 2019. <https://repository.metrouniv.ac.id> (30 Januari 2022).
- Putra Aldino, Arjuna. *Simulakra dalam Game Edukasi Sebagai Media Pembelajaran*, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2016. <https://core.ac.uk/download/pdf> (10 Agustus 2021).
- Putra Rajaguk guk, Tri dan Kunto Sofianto, *Simulakra Hiperrealitas dan Reproduksi Tanda Gim Pubg*, Jurnal Metahumaniora, vol. 10, no. 1.
- Rosaline Ray Makin, Cristoforo. *Bentuk-Bentuk Simulakrum dan Hiperrealitas dalam Novel Ritual Gunung Kemukus Karya F Rahadi Perspektif Jean Baudrillard*, Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta, 2018. <http://repository.usd.ac.id> (10 Agustus 2021).
- Rukin. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Takalar: Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia. 2019
- Salbino, Sherief. *Buku Pintar Gadget Android Untuk Pemula*. Jakarta: Kunci Komunikasi, 2015.
- Setiawan, Johan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Filsafat, vol. 28, no. 1, 2018.



Sugeng Cahyono, Anang. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia*, Vol. 1, No. 9 (2016). <https://journal.unita.ac.id> (30 Januari 2022).

Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta. 2011

