

HIPERREALITAS SIMULAKRA MAHASISWA KPI IAIN PONOROGO

DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK

(Analisis Jean Baudrillard)

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Bambang Aditya

NIM : 302200091

Pembimbing:

MUHLIS DAROINI, M.KOM.I

NIP. 198007162023211005

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)

PONOROGO

2024

HIPERREALITAS SIMULAKRA MAHASISWA KPI IAIN PONOROGO

DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK

(Analisis Jean Baudrillard)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1) di Fakultas Ushuluddin, Adab, dan

Dakwah Institut Agama Islam Negeri

Ponorogo

Disusun oleh :

Bambang Aditya

NIM : 302200091

Pembimbing:

MUHLIS DAROINI, M.KOM.I

NIP. 198007162023211005

JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM

FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Bambang Aditya

NIM : 302200091

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah

Dengan ini mengatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya tulis ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan merupakan pengambilan-alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil jiplakan maka saya siap menerima sanksi atas perbuatan saya.

Yang membuat pernyataan

Ponorogo, 04 April 2024



Bambang Aditya

NIM. 302200091

NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Munaqosah Skripsi
Kepada : Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo

Assalamualaikum Wr. Wb

Setelah secara cermat kami baca dan teliti kembali dan setelah diadakan perbaikan/penyempurnaan sesuai petunjuk dan arah kami, bahwa kami berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Bambang Aditya
NIM : 302200091
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Hiperrealitas Simulakra Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo Dalam
Penggunaan Media Sosial TikTok (Analisis Jean Baudrillard)

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqosah skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo. Untuk itu kami ikut mengharap atas persetujuan munaqosahnya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu"alaikum Wr. Wb

Ponorogo, 4 April 2024

Pembimbing



Muchlis Daroini, M.Kom.I
NIP. 198007162023211005

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Bambang Aditya
NIM : 302200091
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Hiperrealitas Simulakra Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo
Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok
(Analisis Jean Baudrillard)

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian munaqosah.

Ponorogo, 4 April 2024

Mengetahui,

Menyetujui,

Ketua Jurusan,

Pembimbing,



Kayyis Fithri Ajhuri, M.A
NIP. 198306072015031004

Muchlis Daroini, M.Kom.I.
NIP. 198007162023211005



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH

PENGESAHAN

Nama : Bambang Aditya
NIM : 302200091
Prodi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Hiperrealitas Simulakra Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo Dalam
Penggunaan Media Sosial Tiktok (Analisis Jean Baudrillard)

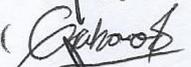
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosyah Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah Institut Agama Islam (IAIN) Ponorogo pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 02 Mei 2024

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 14 Juni 2024

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Asna Istiya M, M.Kom.I. ()
2. Penguji : Galih Akbar Prabowo, M.A. ()
3. Sekretaris : Muchlis Daroini, M.Kom.I. ()

Ponorogo, 14 Juni 2024

Mengesahkan
Dekan,



SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Bambang Aditya

NIM : 302200091

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Hiperrealitas Simulakra Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo

Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini telah di sahkan oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses di etheses.iainponorogo.ac.id Adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut sepenuhnya menjadi tanggung jawab dari penulis. Demikian pernyataan saya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 19 Juni 2024


Bambang Aditya
NIM. 302200091

ABSTRAK

Aditya, Bambang, 2024. *Hiperrealitas Simulakra Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo Dalam Penggunaan Media Sosial TikTok*. Skripsi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Pembimbing Muchlis Daroini, M.Kom.I.

Kata kunci: Hiperrealitas Simulakra, Mahasiswa, TikTok,

Perkembangan teknologi hari ini membawa peradaban baru baru dalam dunia sosial masyarakat. Munculnya berbagai paltfrom media sosial dengan berbagai fitur yang ditawarkan mendorong masyarakat untuk bebas bereksplorasi dalam dunia virtual. TikTok menjadi salah satu media sosial yang hari ini sedang ramai digunakan oleh berbagai kalangan, tak terkecuali para mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Dalam penggunaannya TikTok telah memunculkan sebuah fenomena yang disebut Jean Baudrillard sebagai hiperrealitas simulakra. Skripsi ini bertujuan untuk mengetahui secara detail bentuk-bentuk hiperrealitas yang terjadi pada pengguna TikTok dikalangan mahasiswa KPI IAIN Ponorogo

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara dan dokumentasi. Adapun teori yang digunakan adalah milik Jean Baudrillard yaitu hiperrealitas simulakra. Hasil temuan yang peneliti secara gambaran umum terkait hiperrealitas simulakra pada media sosial TikTok dan hiperrealitas simulakra yang terjadi pada mahasiwa FUAD IAIN Ponorogo.

Adapun hasil penelitian menunjukan adanya bentuk hipperealitas simulakra mahasiswa KPI IAIN Ponorogo yang di simulasikan melalui ilusi virtual. Bentuk ini dimunculkan melalui peleburan antara realitas yang real dengan realitas semu pada fitur TikTokShop dan *live*. Bentuk-bentuk peniruan diluar realitas asli pemilik akun dengan menirukan konten-konten yang sedang viral. Serta pembentukan citra melalui realitas kehidupan yang di gambarkan melalui kehidupan virtual berupa konten yang di posting. Hiperrealitas menjadi hasil dari efek pengekspresian diri dari pengguna TikTok. Seolah bentuk pengekspresian dalam dunia virtual dianggap sebagai sebuah realitas yang nyata melebihi realitas aslinya.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman, inovasi teknologi informasi mengalami perubahan yang begitu pesat. Perkembangan arus teknologi informasi tersebut turut serta mendorong *habitus* baru dalam sosial masyarakat hari ini. Munculnya internet yang mendorong perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi digital semakin memunculkan beraneka ragamnya arus informasi. Dalam hal ini, internet telah mengakomodir konsep yang kompleks dalam memusatkan segala aktifitas manusia dalam satu wadah.¹ Perkembangan ini kemudian memunculkan fasilitas baru yang dinamai dengan telepon cerdas (*smartphone*). Hal inilah yang kemudian mendorong munculnya berbagai platform yang berbasis internet. Media sosial menjadi salah satu platform yang muncul dengan jenis dan keperluan komunikasi yang banyak digemari oleh masyarakat hingga hari ini.

Hadirnya media sosial tentu mendorong masyarakat untuk selalu mengikuti segala bentuk perubahan yang terjadi. Pada umumnya, media sosial menjadi kelompok aplikasi berbasis internet yang didesain untuk memudahkan para penggunanya agar dapat berinteraksi secara lebih mudah. Media sosial menjadi sarana bagi para penggunanya untuk bebas bertukar informasi maupun

¹ Deni Darmawan, *Pendidikan Teknologi informasi komunikasi*, (Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012), 98.

pendapat melalui berbagai hal yang mereka sukai.² Hal ini kemudian mempengaruhi kehidupan sosial masyarakat, sehingga secara tidak langsung banyak mengubah kebiasaan maupun perilaku budaya, etika dan norma yang ada. Fenomena ini dapat dilihat melalui interaksi masyarakat hari ini yang tidak hanya melalui dunia nyata melainkan juga aktivitas komunikasi dalam dunia maya.

Seiring dengan *booming* nya media sosial, muncul salah satu aplikasi yang menawarkan fitur-fitur menarik salah satunya adalah TikTok. Media sosial TikTok sendiri merupakan aplikasi jejaring sosial berbasis video musik yang didirikan oleh Zhang Yiming pada tahun 2016. Saat ini Tiktok menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Tercatat pada tahun 2021 Tiktok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh oleh masyarakat di seluruh dunia dengan angka 656 juta. Indonesia sendiri berada di urutan kedua jumlah pengguna TikTok dengan angka 106,52 juta, di bawah Amerika dengan angka 143,41 juta. Berbagai kalangan telah banyak menggunakan aplikasi berbasis video musik tersebut. Pada data tahun 2022, rata-rata pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh kalangan anak muda usia 18-24 tahun dengan presentase 34,9%, usia 25-34 tahun 28,2%, usia 45-54 6,3% dan di atas usia 55 tahun 3,4%.³

² Ahmad Setiadi, "Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi", Jurnal AMJK BSI Karawang, I, No.1 (2012), 334.

³ Databoxs, "TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021." <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021> diakses pada 26 Maret 2024,

Mayoritas pengguna menggunakan aplikasi tersebut sebagai tempat mengekspresikan diri dalam bentuk membuat maupun mengonsumsi konten. Bentuk pengekspresian diri tersebut ternyata banyak peneliti ditemui pada mahasiswa di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) IAIN Ponorogo. Shinta Kumala mahasiswa Jurusan KPI angkatan 2020 mengatakan bahwa selama ini ia menjadi pengguna aktif TikTok sejak empat tahun belakangan, Shinta menuturkan ia sering mengunggah konten-konten yang menurut dia menarik untuk dibagikan kepada pengikutnya. Ia ia juga menjadi orang yang aktif dalam menggunakan media sosial TikTok sebagai saran mencari informasi maupun hiburan.⁴ Data tersebut kemudian diperkuat oleh Alya Sidqiyah, mahasiswa Jurusan KPI semester 8, ia mengatakan hal yang sama. Hampir setiap hari Alya membuka media sosial TikTok untuk mencari hiburan dan juga membeli produk yang menarik pada TikTok Shop.⁵

Pemanfaatan media sosial TikTok di kalangan mahasiswa ini tentu memberikan dampak yang begitu luas bagi para penggunanya. Seperti yang disampaikan Bandura dalam teori besarnya yaitu Teori Belajar Sosial, manusia pada dasarnya memiliki kecenderungan meniru perilaku orang lain yang dipengaruhi oleh lingkungannya. Bandura meyakini bahwa manusia belajar dengan lingkungannya, baik dalam bentuk penguatan “secara tidak langsung” atau penguatan pengganti (*vicarious reinforcement*). Artinya, selain meniru perilaku orang lain, juga ada perilaku yang bisa menguatkan perilaku

⁴ 01/W/28-III/2024

⁵ 02/W/27-III/2024

individunya. Keberadaan media sosial TikTok ini ternyata menciptakan fenomena menarik untuk dikaji lebih lanjut, bahwa realitas pada pengguna TikTok hanya berjarak pada apa yang ditampilkan oleh sebuah video pendek yang diunggah sehingga realitas yang dibangun sudah tidak sesuai dengan kenyataan. Di mana realitas yang dimunculkan pada media sosial TikTok tidak lagi berkaca dari realitas yang real, melainkan hanyalah sebuah simulasi yang terjadi karena citra yang dimunculkan.⁶ Hal ini yang kemudian menjadi efek negatif bagi kehidupan manusia karena terkukung dalam realitas yang semu yang kemudian istilahkan oleh Jean Baudrillard sebagai sebuah hiperrealitas.

Baudrillard memulai pembahasan mengenai masyarakat Postmodern dengan melihat gejala globalisasi yang semakin sering terjadi di seluruh dunia. Rasionalitas konsumsi dalam sistem masyarakat konsumen telah menunjukkan perubahan yang begitu nyata. Dalam masyarakat simulasi, persepsi terhadap barang telah berubah dari kebutuhan yang berpaku pada nilai tukar dan nilai guna, berubah menjadi sekadar citra atau nilai tanda secara simbolik⁷. Menurut Baudrillard, semua yang muncul hari ini adalah simulasi, tidak ada lagi nilai-nilai sublim seperti nilai religi, nilai moral, dan aura autentik yang tersisa. Hal ini merujuk pada pengalaman ruang dan pengalaman totalitas hidup dalam dunia simulasi kapitalisme mutakhir. Lebih jauh Baudrillard memandang realitas hari ini tidak lagi sekadar dapat diceritakan, direpresentasikan, tetapi dapat dibuat, direkayasa dan disimulasikan. Dalam

⁶ Andreas, R. (2020). Analisis Hiperrealitas dalam Film Spiderman: Far from Home (2019). 2019, 31–38.

⁷ Medhy Aginta Hidayat, *Menggugat Modernisme*, (Yogyakarta: Penerbit Jalasutra, 2012), 54

masyarakat simulasi seperti ini, segala sesuatu hanya ditentukan melalui relasi tanda, citra dan kode. Realitas tidak lagi merepresentasikan sesuatu makna yang hakiki.⁸

Menurut Baudrillard teknologi memiliki peran penting, khususnya manusia sebagai agen yang menyebar imajinasi-imajinasi kepada khalayak luas melalui media. Baudrillard kemudian melihat kondisi masyarakat hari ini melalui dua konsep simulakra dan hiperrealitas. Hiperrealitas diartikan Baudrillard sebagai runtuhnya realitas yang diambil alih oleh rekayasa model-model (citraan, halusinasi, dan simulasi), yang dianggap lebih nyata dari realitasnya asli.⁹ Dari imajinasi tersebut terjadi percampuran antara kenyataan dengan simulasi kemudian menciptakan hiperrealitas, di mana yang nyata dan tidak nyata menjadi tidak jelas atau bisa disebut sebagai realitas yang semu.¹⁰ Munculnya media sosial TikTok dianggap Baudrillard semakin mendorong kaburnya antara realitas dan imajinasi. Hal ini terbukti dengan adanya media sosial TikTok masyarakat lebih leluasa untuk membuat realitas atau sesuatu hal yang bisa jadi berbeda jauh dengan realitas sesungguhnya. Berangkat dari berbagai hal yang dipaparkan di atas, penulis kemudian tertarik untuk menganalisis lebih lanjut bagaimana hiperrealitas simulakra mahasiswa KPI IAIN Ponorogo dalam penggunaan media sosial TikTok.

⁹ ⁹ Medhy Aginta Hidayat, *Menggugat Modernisme*, (Yogyakarta: Penerbit Jalasutra, 2012),102.

¹⁰ *Ibid*, 74.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah disebutkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebagai berikut:

1. Bagaimana Media Sosial TikTok Membentuk Hiperrealitas Simulakra Menurut Jean Baudrillard?
2. Bagaimana Hiperrealitas Simulakra Penggunaan Media Sosial TikTok pada Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah disebutkan di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sebagai berikut:

1. Untuk Menganalisis Bagaimana Media Sosial Tiktok Membentuk Hiperrealitas Simulakra Menurut Jean Baudrillard.
2. Untuk Menganalisis Bagaimana Bentuk Hiperrealitas Simulakra Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo Pada Penggunaan Media Sosial Tiktok.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih terhadap dinamika ilmu pengetahuan. Berkaitan dengan penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan berguna baik dari segi teoritis maupun dari segi praktis. Adapun manfaat dari penelitian sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran atas dinamika ilmu pengetahuan, sekaligus menjadi penegeasan atas situasi realitas media sosial hari ini dalam mempengaruhi pikiran maupun tindakan manusia agar lebih bijak.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang terus dikembangkan oleh penulis. Selain itu diharapkan juga bisa menjadi masukan dan acuan mahasiswa IAIN Ponorogo dalam menambah ilmu komunikasi dan kerangka analisis guna dijadikan referensi penelitian selanjutnya.

E. Telaah Pustaka

Salah satu unsur terpenting dalam melakukan penelitian adalah tentang obyek penelitian, unsur tersebut disebut dengan telaah pustaka. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai strategi hiperrealitas simulakra Jean Baurdrillard, baik yang berkaitan dengan kajian media sosial TikTok maupun tidak:

Pertama, Skripsi “Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram Mahasiswa Faklutas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare”. Oleh Siti Nurhalizah HD Mahasiswa Progam, Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare 2022. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana bentuk hiperrealitas simulakra pengguna Instagram mahasiswa Faklutas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN

Parepare. Dan juga untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku hiperealitas simulakra pengguna instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare.¹¹

Siti Nurhalizah HD menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa bentuk hiperrealitas simulakra pengguna Instagram mahasiswa Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Parepare, mahasiswa merefleksikan realitas dasar (simulasi), menutupi dan memutarbalikkan realitas dasar (hiperrealitas), dan menunjukkan lenyapnya hubungan dengan kenyataan apapun dan apa yang ditampilkan. Penelitian ini memiliki kesamaan yaitu menggunakan analisis hiperealitas simulakra Jean Baudrillard dalam penggunaan media sosial pada mahasiswa. Perbedaan penelitian ini meliputi waktu dan objek penelitian, peneliti Siti Nurhalizah HD memilih objek Mahasiswa IAIN Parepare Makassar sedangkan peneliti memilih Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo

Kedua, Skripsi "Simulakra dan Hiperrealitas Dalam Budaya Bermedia Sosial" (Studi kasus Perilaku Bermedia Sosial Mahasiswa FKIP Unismuh Makasar) oleh Andi Mursyidin Mubaroq 2023. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana bentuk hiperrealitas simulakra serta konstruksi identitas yang dilakukan mahasiswa FKIP Unismuh Makasar.¹² Andi Mursyidin Mubaroq menggunakan metode penelitian kualitatif (studi

¹¹ Siti Nurhalizah HD "*Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram Mahasiswa Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare*" (Skripsi, IAIN Parepare, 2022), 7.

¹² Andi Mursyidin Mubaroq "*Simulakra dan Hiperrealitas Dalam Budaya Bermedia Sosial*" *Studi kasus Perilaku Bermedia Sosial Mahasiswa FKIP Unismuh Makasar*" (Skripsi Unismu Makasar 2023), 22.

kasus) dengan sumber data mahasiswa FKIP Unismuh Makasar. Penelitian ini memiliki pembahasan yang sama dengan peneliti yaitu menggunakan analisis hiperrealitas simulakra sebagai subjek penelitian. Sedangkan yang membedakan penelitian ini terdapat di waktu dan objek yang diambil oleh peneliti. Peneliti Andi Mursyidin Mubarq mengambil subjek mahasiswa FKIP Unismuh Makasar sedangkan peneliti menggunakan subjek penelitian mahasiswa KPI IAIN Ponorogo.

Ketiga, Skripsi Hiperrealitas Simulakra Media Sosial Studi Kasus Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto pengguna Instagram oleh Akhmad Yusuf, mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam IAIN Purwokerto.2018. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana Hiperrealitas Simulakra pengguna media Instagram pada Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto. Pada penelitian ini berfokus permasalahan bagaimana hiperrealitas simulakra di Instagram Mahasiswa Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto. Akhmad Yusuf menggunakan metode penelitian kualitatif (*study case*) dengan sumber data instagram mahasiswa KPI IAIN Purwokerto.¹³ Persamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini adalah menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan analisis hiperrealitas simulakra Jean Baudrillard. Perbedaan penelitian ini dengan Akhmad Yusuf adalah terletak pada objek penelitian.

¹³ Akhmad Yusuf, "*Hiperrealitas Simulakra Media Sosial Studi Kasus Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto pengguna instagram*" (Skripsi IAIN Purwokerto 2018).

Akhmad Yusuf memilih objek mahasiswa KPI IAIN Purwokerto sedangkan peneliti memilih objek mahasiswa KPI IAIN Ponorogo.

Keempat, Skripsi “Bentuk-bentuk Simulakrum dan Hiperrealitas dalam Novel Ritual Gunung Kemukus oleh F. Rahdi dari Perspektif Jean Baudrillard”. Oleh Cristoforo Rosaline Ray Makin Mahasiswa Fakultas Sastra Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2018. Ia menggunakan pendekatan objektif dan pendekatan diskursif serta teori kajian struktural dan teori simulakrum dan hiperrealitas Jean Baudrillard. Rosaline Ray Makin menggunakan metode pengumpulan studi pustaka. Metode analisis data yang dilakukan adalah metode formal dan metode analisis isi, dengan fokus penelitan yaitu bagaimana bentuk-bentuk simulakrum dan hiperrealitas dalam novel Ritual Gunung Kemukus Karya F. Rahadi.¹⁴ Persamaan penelitian Cristoforo Rosaline Ray dengan peneliti adalah sama menggunakan analisis Jean Baurdrillard, sedangkan perbedaan terdapat pada objek penelitian.

Kelima, disusun oleh Restu Puji Arum (2015), S1 Ilmu Filsafat UGM yang berjudul “Konsep Ruang Semu Facebook Ditinjau dari Teori Ekstasi Komunikasi Jean Baudrillard” dengan kesimpulan bahwa Facebook sebagai ruang publik baru yang berbasis virtual atau disebut sebagai sebuah *cyberspace* yang menjadi simulator lingkungan sosial yang tidak terbatas pada ruang dan waktu, dan telah menjadi media yang penuh dengan simulasi

¹⁴ Rosaline Ray Makin ”Skripsi “Bentuk-bentuk Simulakrum dan Hiperrealitas dalam Novel Ritual Gunung Kemukus oleh F. Rahdi dari Perspektif Jean Baudrillard”. (Skripsi Universitas sanata Dharma Yogyakarta 2018), 35.

hiperealitas.¹⁵ Penelitian ini lebih berfokus pada penggunaan media sosial Facebook sebagai objek utamanya, sementara penelitian yang akan dilakukan penulis fokus pada pengguna media sosial secara TikTok sebagai media sosial berbasis video.

F. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, tujuannya adalah untuk mengungkapkan masalah yang akan diselidiki dengan menggambarkan objek/subjek penelitian berdasarkan fakta yang tampak. Menurut Moelong, penelitian kualitatif berakar pada akar ilmiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, mengandalkan analisis data secara induktif mengarah sasaran penelitian pada usaha menemukan teori dasar bersifat deskriptif.¹⁶

2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Ponorogo tepatnya pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi subyek penelitian yang diambil adalah Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Dalam mencari data dan informasi peneliti mengambil 2 (Dua) Mahasiswa yang menggunakan Aplikasi TikTok. yaitu Shinta Kumala dan Alya Sidqiyah, dipilihnya

¹⁵ Restu Puji Arum “*Konsep Ruang Semu Facebook Ditinjau dari Teori Ekstasi Komunikasi Jean Baudrillard*” (Doctoral Dissertation, Universitas Gajah Mada 2015), 12.

¹⁶ Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2004).

kedua subjek tersebut dikarenakan kedua mahasiswa tersebut merupakan pengguna aktif yang hampir setiap hari menggunakan media sosial TikTok. Sedangkan obyek dalam penelitian ini adalah media sosial TikTok itu sendiri.

4. Jenis Data dan Sumber Data

a) Jenis Data

Penelitian ini dapat berasal dari berbagai sumber yang dikumpulkan menggunakan berbagai teknik selama penelitian berlangsung.

Data dalam penelitian ini akan dibagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder.

1) Data Primer

Data primer merupakan informasi yang didapatkan secara langsung dari objek penelitian, dapat berasal dari observasi atau wawancara langsung dengan subjek yang akan diteliti. Adapun data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan juga observasi kepada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial TikTok

2) Data Sekunder

Data sekunder merupakan informasi yang memberikan keterangan secara tidak langsung, seringkali diperoleh dari sumber seperti buku-buku, arsip-arsip, artikel, dan website.

b) Sumber Data

Adapun sumber data yang dapat dimanfaatkan dalam penelitian kualitatif ini antara lain.

1) Data Primer

Sumber data primer adalah data yang menjadi acuan utama. Data diperoleh dari penelitian di lapangan, baik berupa wawancara terhadap narasumber yaitu mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Adapun sumber data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kegiatan wawancara kepada 2 informan mahasiswa KPI yaitu Shinta Kumala dan Juga Alya Sidqiyah. Adapun data primer lain yang peneliti lakukan yaitu hasil observasi terhadap akun media sosial TikTok milik Sinta Kumala @Softcakesy dan Alya Sidqiyah @aleya976.

2) Sumber Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang akan menjadi pendukung data primer, data ini diperoleh dari literatur, buku-buku, dokumentasi, maupun referensi yang berkaitan dengan penelitian ini.

5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tiga teknik pengumpulan data yaitu:

a. Observasi

Observasi dapat diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan data secara sistematis mengenai fenomena yang diteliti.¹⁷ Dalam metode ini peneliti mengamati secara langsung terkait partisipan atau *observer* dalam mengamati objek atau fenomena yang sedang diteliti. Subjek yang diteliti oleh peneliti di sini adalah pengguna aplikasi TikTok mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Dalam penelitian ini peneliti melakukan observasi terhadap akun media sosial TikTok

b. Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*). Wawancara mendalam pada dasarnya disampaikan secara spontanitas dan dilakukan dengan menggali pertanyaan secara mendalam. Wawancara mendalam merupakan teknik mengumpulkan data dan juga informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan untuk mendapatkan data yang lengkap dan juga relevan dengan penelitian.¹⁸ Adapun wawancara kepada 2 informan peneliti lakukan pada 26 sampai 28 maret 2024 bertempat di Jl Juanda dan kampus II IAIN Ponorogo.

Adapun wawancara yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu untuk menggali informasi dari sampel informan yang telah ditentukan. Menurut Burhan Bungin dalam prosedur sampling yang paling penting adalah tentang bagaimana menentukan informan kunci sebagai sumber

¹⁷ Sutrisno Hadi. (2004). Metode Research jilid 2, Yogyakarta: Andi Offset, 151.

¹⁸ Nugrahani Farida. *Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*, (Solo: Cakra Books 2014) 125-126.

informasi penelitian. Dalam penentuan pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik *purpoosive sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel su,ner data dengan berbagai pertimbangan seperti halnya informan yang dianggap paling tahu tentang masalah penelitian yang akan dilakukan.¹⁹

Penggunaan teknik *purpoosive sampling* ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana fenomena hiperrealitas simulakra penggunaan media sosial TikTok pada Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Dalam penelitian ini dibangun dengan menentukan beberapa sampel informan dengan beberapa kriteria diantaranya adalah;

1. Mahasiswa KPI yang merupakan pemilik dan pengguna aktif media sosial TikTok
2. Menguasai permasalahan serta dapat memberikan data secara langsung
3. Bersedian untuk memberikan informasi yang akurat dan jujur.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data baik berupa catatan, gambar yang diambil dari objek penelitian yang akan dimasukkan ke dalam pembahasan agar membantu penyusunan hasil akhir dari

¹⁹ Burhan Bungin. *Analisis Data Penelitian kualitataif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada 2012) 53.

penelitian. Dokumentasi juga dapat digunakan sebagai bukti keautentikan penelitian ini.

6. Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan salah satu cara untuk menyederhanakan sebuah data menuju bentuk yang lebih mudah dipahami. Analisis data ini merupakan proses mencari dan menyusun data yang sudah diperoleh oleh peneliti dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, mengorganisasikan dalam sebuah pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari dan membuat sebuah kesimpulan sehingga sebuah tulisan mudah untuk dipahami oleh diri sendiri maupun oleh orang lain.²⁰

a. Reduksi data

Reduksi data adalah sebuah proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data-data yang diperoleh. Analisa ini lebih memfokuskan data yang berguna untuk penelitian dan membuang data yang sudah tidak digunakan. Dengan penerapan reduksi data maka akan muncul data yang terfokus pada pokok permasalahan, dan penelitian akan menjadi lebih sistematis.

b. Penyajian data

Setelah melakukan reduksi data peneliti menyajikan data berupa sekumpulan informasi yang sudah disusun sehingga dapat ditarik sebuah kesimpulan. Proses penyajian data ini akan mengungkap secara keseluruhan data yang sudah diperoleh agar lebih mudah dipahami.

²⁰ Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Alfabeta, 2012), 89.

c. Penarikan kesimpulan

Setelah melalui banyak proses analisa data yang menjadi puncak dari penelitian adalah penarikan kesimpulan. Kesimpulan merupakan hasil akhir dari sebuah penelitian kualitatif. Peneliti diharuskan menemukan jawaban dari data-data yang sudah dikumpulkan.

7. Uji keabsahan data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengevaluasi keabsahan data adalah teknik triangulasi, yang merupakan proses memverifikasi data dengan menggunakan sumber atau metode lain sebagai pembanding. Teknik triangulasi metode yang digunakan dalam penelitian ini termasuk membandingkan dan mengecek kembali data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan bahwa data tersebut sesuai, tidak bertentangan, dan menunjukkan kesamaan arti dan makna.

G. Sistematika Pembahasan

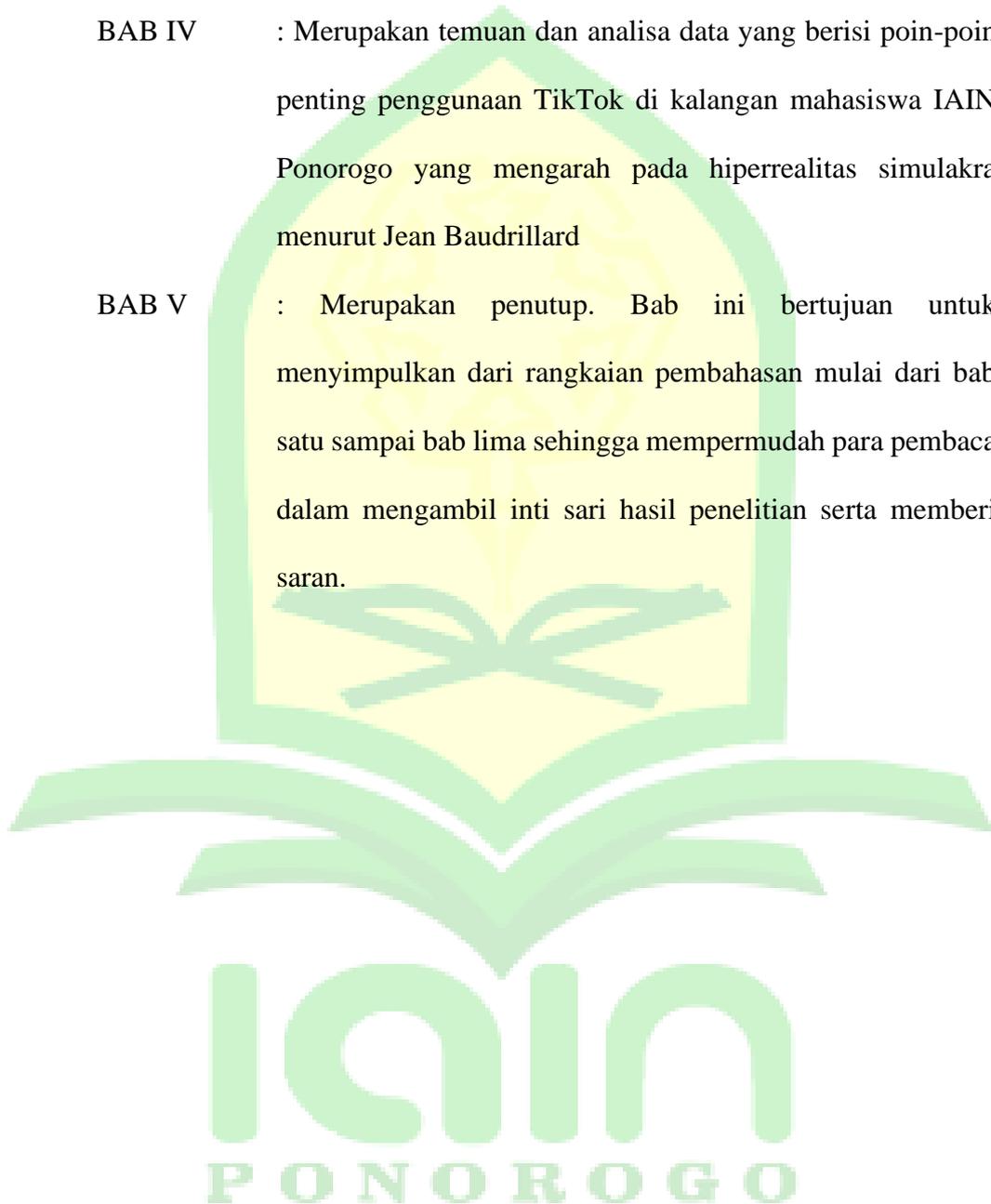
BAB I : Merupakan pendahuluan Bab ini berisi mengenai gambaran umum tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, telaah pustaka, metode penelitian dan sistematika pembahasan.

BAB II : Merupakan landasan teoritik tentang pengertian hiperrealitas simulakra Jean Baudrillard

BAB III : Merupakan gambaran umum. Bab ini mendeskripsikan mengenai Hiperrealitas Simulakra yang terjadi pada Media Sosial TikTok.

BAB IV : Merupakan temuan dan analisa data yang berisi poin-poin penting penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa IAIN Ponorogo yang mengarah pada hiperrealitas simulakra menurut Jean Baudrillard

BAB V : Merupakan penutup. Bab ini bertujuan untuk menyimpulkan dari rangkaian pembahasan mulai dari bab satu sampai bab lima sehingga mempermudah para pembaca dalam mengambil inti sari hasil penelitian serta memberi saran.



BAB II

HIPERREALITAS SIMULAKRA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Jean Baudillard merupakan salah satu tokoh filsuf Postmodern yang lahir di Prancis pada 20 juni 1929, dan ia wafat pada tanggal 6 maret 2007. Baurdrillard adalah filsuf yang serius menggulati filsafat sosial, budaya dan juga isu-isu kontemporer. Karya-karyanya sangat inspiratif dengan membangkitkan inovasi-inovasi baru dalam analisi kritis masyarakat Postmodern.¹ Karya-karyanya banyak terpengaruh dari gagasan Karl Marx. Ia menjadi penganut sekaligus kritikus terhadap pemikiran Marx. Secara jelas ia menunjukkan krikitnya terhadap gagasan Marx mengenai nilai guna dan nilai tukar. Baurdillard mengungkapkan dalam masyarakat Postmodern tidak lagi memperhatikan pada nilai guna tapi lebih pada prestise dan kebanggaan simbolik.²

Selain Mark, pemikiran kritis Baurdillard juga terpengaruhi sosiologinya Marshall Mc Luhan, lingusitsiknya Marcell Mauss dan psikoanalisis Sigmund Freud. Baurdillard mengungkapkan transformasi dan pergeseran masyarakat Postmodern disebut sebagai masyarakat simulasi dan hiperrealitas. Menurutnya, kebudayaan masyarakat hari ini merupakan representasi dunia simulasi, yaitu kondisi di mana masyarakat berada dalam hubungan pelbagai tanda dan kode

¹ Rizka Putriana Dewi, 'Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Ekspresi Diri Pemuda Daerah Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung. Skripsi, 2022.

² Medhy Aginta Hidayat, *Mengganggu Modernisme*, (Yogyakarta: Penerbit Jalasutra, 2012), 50

secara acak tanpa referensi rasional yang jelas. Hal ini mengacu pada kebudayaan kontemporer era komunikasi dan informasi massa.³

A. Hiperrealitas Simulakra

Semua yang nyata hari ini adalah simulasi, begitulah ungkapan bernada provokatif yang diungkapkan Baudrillard dalam menggambarkan realitas masyarakat hari ini. Bersamaan dengan perkembangan kapitalisme lanjut yang ditandai dengan penemuan-penemuan di pelbagai sarana teknologi informasi dan komunikasi yang begitu canggih kehidupan manusia sesungguhnya berada dalam dunia simulasi yang disimulasikan melalui simbol-simbol yang dilihat melalui dunia virtual media.⁴ Menurut Baudrillard istilah simulakra merupakan reduplikasi dan daur ulang dari pelbagai fragmen kehidupan yang berbeda, dalam hal yang lebih definitif simulakra diartikan sebagai konstruksi imajiner terhadap sebuah realitas tanpa menghadirkan realitas secara esensial.

Sedangkan istilah simulakra mengacu pada situasi di mana sudah tidak ada lagi acuan, sehingga perbedaan antara duplikasi dan yang asli menjadi kabur, dalam ruang ini sudah tidak dikenali mana realitas yang asli mana realitas yang palsu, mana penanda dan mana petanda, mana hasil produksi dan mana hasil reproduksi.⁵ Dalam karyanya *Simulacra and Simulastions* Baudrillard menyebut masyarakat simulasi merupakan bentuk karakter

³Medhy Aginta Hidayat, *Mengganggu Modernisme*, (Yogyakarta: Penerbit Jalasutra, 2012),

⁴ *Ibid*, 24.

⁵ Medhy Aginta Hidayat, *Realitas Budaya Pascamodern*, (Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2021), 72.

identitas masyarakat Postmodern. Secara esensial lingkaran imajinasi serta ilusi menghasilkan keadaan realitas yang semu. Berkembangnya teknologi virtual membuat manusia terjebak dalam rekayasa maupun manipulasi atas keadaan yang dianggap asli dan nyata.

Baudrillard juga mengungkapkan perkembangan teknologi memungkinan umat manusia hidup dalam dunia yang disebutnya sebagai *global village*, di mana segala sesuatu dapat disebarluaskan, diinformasikan, dan dikonsumsi dalam dimensi ruang dan waktu yang seolah mengerut.⁶ Media massa menjadi ruang manusia untuk membentuk identitas pada dirinya.. Maka apa yang ditampilkan dalam media massa hari ini seolah menjadi tempat komunikasi yang terputus dari tempat asalnya. Sehingga kontradiksi budaya yang terjadi hari ini berada dalam situasi yang dinamai Baudrillard sebagai masyarakat simulasi, yaitu kondisi di mana terciptanya realitas nyata tanpa histori kebenaran dari suatu realitas..⁷

Jean Baudrillard menggunakan istilah hiperrealitas untuk menjelaskan adanya rekayasa makna di dalam situasi media masyarakat Postmodern. Munculnya hiperrealitas pada media hari ini menciptakan satu kondisi di mana kesemuanya dianggap nyata dari kenyataan itu sendiri, dan kepalsuan merupakan kebenaran. Isu yang dibuat lebih dipercaya dari pada informasi yang merupakan real adanya. Hal ini yang mengakibatkan tidak dapatnya

⁶ Medhy Aginta Hidayat, *Mengungat Modernisme*, (Yogyakarta: Penerbit Jalasutra, 2012), 93.

⁷ Medhy Aginta Hidayat, *Realitas Budaya Pascamodern*, (Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2021), 176.

membedakan antara kebenaran dengan kepalsuan.⁸ Zaman mulai merasuki keseluruhan jaringan sosial, hal ini dapat dilihat melalui runtuhnya hal-hal yang paling berlawanan dan “gejala sesuatu menjadi tidak pasti”. Maka dari itu Baudrillard menunjukkan bagaimana suatu sistem itu menjadi sistem tertutup. Hiperrealitas telah menghapuskan perbedaan antara yang nyata (real) dan yang imajiner. Baudrillard menawarkan suatu jalur pembahasannya tentang “godaan” dan “strategi mematkan”.

Dalam kedua kasus ini, ia berpendapat bahwa objek haruslah di unggulkan dari pada subjek.⁹ Oleh sebab itu, godaan itu akan menjadi fatal ketika subjek didominasi oleh objek yang tidak dilaramalkan pelakunya. Model seperti ini akan menjadi faktor penentu bagi pandangan masyarakat mengenai kenyataan atau realitas. Segala yang dapat menarik perhatian manusia seperti seni, kebutuhan sehari-hari, hiburan, dan lainnya, kemudian yang ditayangkan melalui media dengan gaya model yang ideal bagi konsumen.¹⁰ Baudrillard juga menyatakan bahwa media memegang peran penting dalam menciptakan simulakra karena dengan media dapat membentuk representasi masyarakat terhadap sesuatu. Representasi adalah hasil karya berkat hasil refleksi dari suatu yang disebut “kenyataan atau realitas”. TikTok misalnya menawarkan simulakra yang begitu sangat memberikan pengaruh terhadap khalayak, sehingga

⁸ Muhammad Azwar, *Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas*, Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Kearsipan Lhizanah al-Hikmah, Vol. 2, No. 1 (2014), h. 50.

⁹ Medhy Aginta Hidayat, *Menggugat Modernisme*, (Yogyakarta: Penerbit Jalasutra, 2012), 101.

¹⁰ Dewi Oktaviani, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro*, Skripsi IAIN Metro, 2019. <https://repository.metrouniv.ac.id> (30 Januari 2022).

masyarakat tidak dapat menyadari bahwa mereka telah terbawa arus sosial pada pada ruang yang semu

Baudrillard juga mengungkapkan perkembangan teknologi memungkinkan umat manusia hidup dalam dunia yang disebutnya sebagai *global village*, di mana segala sesuatu dapat disebarluaskan, diinformasikan, dan dikonsumsi dalam dimensi ruang dan waktu yang seolah mengkerut.¹¹ Media massa menjadi ruang manusia untuk membentuk identitas pada dirinya.. Maka apa yang ditampilkan dalam media massa hari ini seolah menjadi tempat komunikasi yang terputus dari tempat asalnya. Sehingga kontradiksi budaya yang terjadi hari ini berada dalam situasi yang dinamai Baudrillard sebagai masyarakat simulasi, yaitu kondisi di mana terciptanya realitas nyata tanpa histori kebenaran dari suatu realitas..¹²

Sedangkan menurut Bell, dalam *cyberspace* proses perkembangan teknologi komunikasi serta kemunculan media baru menyebabkan individu semakin menjauh dengan realitas, sehingga menciptakan sebuah dunia baru yang bernama dunia virtual.¹³ Pada kehidupan realitas dunia virtual selalu menampilkan wujudnya dalam cara yang berbeda, kemunculannya tidak dapat diduga bahkan dalam kemunculannya suatu realitas tidak seperti yang dibayangkan. Realitas dapat berwujud dalam suatu keberaturan, tetapi tidak

¹¹ Medhy Aginta Hidayat, *Mengganggu Modernisme*, (Yogyakarta: Penerbit Jalasutra, 2012), 93.

¹² Teguh Saumantri, dan Abdu Zikrillah, (Desember 2020), *Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 11(2), hlm.250-251

¹³ Yanti Dwi Astuti, *Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone*, Jurnal Pekomnas, vol. 2, no. 1 (2017), 77.cz

jarang pula berwujud dalam ketidakberaturan. Realitas dibangun dalam keliaran fantasi, ilusi, dan halusinansi manusia yang digerakkan oleh media.

Melalui pendekatan historis, Baurdillard kemudian menjelaskan perkembangan simulakra pada tiga fase. Pertama adalah prinsip representasi, di mana bahasa, objek dan tanda adalah tiruan dari realitas alamiah yang dibentuk secara linier. Fase kedua berlangsung beriringan dengan gemuruhnya industrialisasi. Di mana revolusi industri memberikan sumbangan besar terhadap kebudayaan masyarakat. Kemajuan arus teknologi mekanik inilah prinsip komoditas dan produksi massa menjadi ciri dominan, inilah fase kedua simulakra. Selanjutnya fase ketiga terjadi pasca perang Dunia II lebih dari fase-fase sebelumnya, relasi berbagai unsur sosial maupun budaya mengalami perubahan yang signifikan. Tanda, citra, kode dan subjek budaya tidak lagi merujuk pada referensi dan realitas yang ada. Inilah yang disebut Baurdrillad sebagai era simulasi.

1. Simulasi

Istilah simulasi digunakan oleh Baudrillard untuk menerangkan hubungan-hubungan produksi, komunikasi, dan konsumsi masyarakat Pascamodern.¹⁴ Hal ini dicirikan melalui over-produksi, over-komunikasi, dan over-konsumsi melalui media massa, iklan *fashion*, supermarket, industri hiburan, turisme dan sebagainya. Istilah simulasi yang digunakan Baudrillard juga menunjuk kepada pengalaman ruang dan pengalaman totalitas hidup di

¹⁴ Medhy Aginta Hidayat, *Realitas Budaya Pascamodern*, (Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2021), 45.

dalam dunia simulasi kapitalisme mutakhir barat. Simulasi pada dasarnya tidak dapat dilepaskan dari perkembangan mutakhir masyarakat kapitalis barat itu sendiri yang juga disebut masyarakat post-industri atau masyarakat konsumen.¹⁵

Simulasi merupakan realitas semu sebab dalam simulasi tidak ditemukan referensi antara tanda dengan realitas di dunia nyata. Simulasi adalah realitas kedua yang bereferensi pada dirinya sendiri. Simulasi tidak mempunyai relasi langsung dengan dunia realitas.¹⁶ Bahasa dan tanda-tanda dalam simulasi seakan-akan menjadi realitas yang sesungguhnya, ia adalah realitas buatan simulasi menciptakan realitas lain di luar realitas faktual (hiperrealitas). Realitas ciptaan simulasi pada tingkat tertentu akan tampak (dipercaya) sama nyata bahkan lebih nyata dari realitas yang sesungguhnya. Pada pengertian ini, simulasi menciptakan realitas baru atau lebih tepatnya realitas imajiner yang dianggap real.¹⁷ Manusia telah mendiami satu ruangan realitas, di mana perbedaan yang nyata dan fantasi atau yang benar dan palsu menjadi sangat tipis, manusia hidup di dalam satu ruangan khayali yang seolah-olah itu nyata. Padahal pada kenyataannya sama nyatanya dengan pelajaran sejarah atau etika di sekolah, karena ia sama-sama menawarkan informasi dan membentuk sikap gaya hidup manusia.

Dalam simulasi ini, Jean Baudrillard menyimpulkan, bahwa saat ini di era kita berada pada level satu atau tingkat reproduksi (*fashion*, media,

¹⁵Johan Setiawan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Filsafat, vol. 28, no. 1 (2018).

¹⁶ Medhy Aginta Hidayat, *Realitas Budaya Pascamodern*, (Yogyakarta: Cantrik Pustaka, 2021), 106.

¹⁷ Yanti Dwi Astuti, *Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone*, Jurnal Pekomnas, vol. 2, no. 1 (2017), 77.

publisitas, informasi, dan jaringan komunikasi) kemudian pada tingkatan ini yang secara serampangan disebut Marx dengan sektor kapital yang tidak esensial, artinya dalam ruang *simulacra*. Kode dan proses kapital global ditemukan.¹⁸ Pada era simulasi sekarang ini, manusia dihadapkan kepada makna kehidupan yang seolah-olah semu belaka tatkala tanda tidak lagi mewakili sesuatu apa pun, tetapi justru seolah-olah menciptakan kenyataan baru. Simulasi-simulasi yang tercipta bagaikan menentukan apa dan siapa manusia itu. Simulasi tersebut erat kaitannya dengan komoditas dan komodifikasi, yaitu segala hal dikapitalisasi. Sosial budaya tempat kita tinggal akan menentukan apa yang kita kehendaki dan butuhkan yang kemudian akan merembet pada masalah cita rasa, pilihan, dan keinginan. Maka kemudian aktivitas mengonsumsi itu sendiri akan menjadi lebih penting dibandingkan dengan apa yang dikonsumsi atau apa yang sesungguhnya diperlukan.¹⁹

Dalam bukunya *Simulations*, Baudrillard mengungkap bahwa simulasi bukan menutupi kenyataan, namun kenyataan yang menutupi ketiadaan, sehingga dapat dikatakan simulasi adalah nyata.²⁰ Hal tersebut menerangkan bahwa eksistensi dari simulasi adalah sesuatu yang pasti, berangkat dari ketiadaan dan dikaburkan oleh keberadaan penerapan simulasi yang lebih mengedepankan simbol, gambar buatan atau segala hal yang dapat dipertontonkan atau diperlihatkan di hadapan publik. Begitu pula simulasi

¹⁸ Shusela M.Nur, *The Agony of Power, Hominasi, Hegemoni, Teror*, (Yogyakarta: Basabasi, 2021), 32.

¹⁹ Adya Arsita, *Simulakra Baudrillard dalam Multidimensi Posmodernisme*, Jurnal Rekam., vol. 13, no. 02 (2017), 90-91.

²⁰ Herlinda Fitria, *Hiperrealitas dalam Sosial Media*, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 45, no. 02 (2015), 89.

sebagai salah satu konsep yang menjadi bagian dari hiperrealitas yang menggambarkan terjadinya peleburan realitas dan citra, hal tersebut menyebabkan munculnya kekaburan realitas pada era Postmodern ini.²¹ Sehingga ketika *point* ini dihadapkan pada konteks realitas hari ini, maka yang ada adalah sesuatu hal yang tidak lagi berada pada aspek realitas yang sesungguhnya.

2. Citra

Sesuatu yang tampak oleh indra akan tetapi tidak memiliki eksistensi substansial. Citra juga merupakan representasi dari sebuah objek yang mampu membentuk sebuah gambaran mental pada subjeknya. Citra di satu sisi merupakan reproduksi, tetapi mereka memiliki makna kedua juga, yakni gambaran mental dari sesuatu yang tidak nyata atau ada.²² Menurut Baudrillard, ada empat fase dalam perkembangan citra, yaitu:

Pertama, citra adalah refleksi dari realitas, (citra adalah cermin dasar dari realitas). Pada tahapan ini, apa yang ditampilkan oleh media merupakan representasi dari realitas yang sebenarnya. Di sini, simulasi bekerja sebagai cermin yang menampilkan realitas kehidupan dalam masyarakat. *Kedua*, citra berusaha menyembunyikan dan menyimpangkan realitas (citra menyembunyikan dan memberi gambar yang salah akan realitas). Pada tahap ini, memungkinkan citra melakukan *distrorsi* terhadap realitas untuk menyembunyikan bahkan memberikan gambaran yang salah akan realitas. Di

²¹ 24Yanti Dwi Astuti, *Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone*, Jurnal Pekomnas, vol. 2, no. 1 (2017), 77.

²² Widjajanti Mulyono Santoso, *Ilmu Sosial di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*, (Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2016), 440.

sini digunakan teknik-teknik tertentu untuk menyembunyikan kenyataan yang sebenarnya, sehingga apa yang ditampilkan sesuai dengan kehendak orang yang bersangkutan.

Ketiga, citra menyembunyikan absennya realitas, (citra menutup ketidakadaan dan menghapus dasar realitas). Pada tahap ini citra bukan lagi menjadi representasi atau didistorsi untuk menyembunyikan realitas, namun realitas benar-benar dihapus dan dibuat seakan-akan mirip realitas. Simulasi di sini bekerja untuk menghapus realitas yang ada. Citra sama sekali tak berkaitan dengan realitas apa pun citra merupakan simulakrum murni, (citra tidak memiliki hubungan dengan berbagai realitas apapun, citra adalah simulakrum yang murni itu sendiri). Pada tahap ini, citra sudah menjadi realitas itu sendiri. Apa yang ditampilkan dalam oleh media sudah dianggap sebagai realitas sebenarnya oleh masyarakat. Di sini simulasi bekerja untuk membentuk dan menjadi realitas bagi dirinya sendiri.

Dalam hal ini, ada tiga istilah yang saling terkait diantaranya simulasi, simulakra, dan hiperrealitas.

- 1) Simulasi berarti tiruan. Maksudnya adalah realitas tiruan yang masih mengacu pada realitas yang sesungguhnya.
- 2) Simulakra. Baudrillard mengartikannya dengan realitas tiruan yang tidak lagi mengacu pada realitas sesungguhnya. Artinya realitas sesungguhnya sudah dibelokkan yang kemudian benar-benar ditutup dari acuannya. Akan tetapi, realitas ini belum sepenuhnya sempurna dikatakan sebagai sebuah

realitas yang benar-benar real. Karena, hubungan timbal balik/interaktif belum terjadi atau kita bisa menyebutnya sebagai semi-realitas.

- 3) Hiperrealitas. Inilah yang disebut sebagai realitas yang benar-benar real, bahkan di atas yang real, yang nantinya akan menggantikan realitas yang real sebelumnya. Artinya, hiperrealitas adalah sebuah dekonstruksi dari realitas real sebelumnya, karena realitas ini akan sangat benar-benar berbeda dari sebelumnya.

Sedangkan perbedaan antara fase simulakra dengan fase hiperrealitas terletak pada cirinya yang interaktif, yakni, hal-hal yang tadinya hanya dapat dilakukan dalam realitas real, kini telah tergantikan dalam realitas virtual, seperti berinteraksi, transaksi ekonomi, rapat, belajar, dan lain sebagainya. Bahkan, lebih efektif dan efisien cara-cara yang baru ini. Sedangkan dalam fase simulasi maupun fase simulakra belum terjadi hal-hal seperti ini.

B. Media Sosial TikTok

Media sosial TikTok berasal dari negara China yang dibuat dan diluncurkan oleh Zhang Yiming di bawah perusahaan berbasis teknologi ByteDance pada awal September 2016. Sebelum sebutan TikTok dikenal oleh masyarakat dunia, aplikasi ini dulunya dikenal dengan sebutan Douyin di negara asalnya, yaitu di China. Saat awal diluncurkan, aplikasi ini mendapat respon positif dari para penggunanya, sehingga aplikasi ini menjadi salah satu aplikasi yang cukup populer di China dan memiliki 100 juta pengguna.²³ Karena telah berhasil

²³ M Salsabila, *Konten "Racun" Pada Media Sosial Tiktok Sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Belanja Online Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah*, Skripsi (2023).

memperkenalkan di negara asalnya sendiri, perusahaan ByteDance mencoba untuk melakukan ekspansi aplikasi ini kepada masyarakat dunia, namun dengan mengganti nama Douyin menjadi TikTok yang kita kenal sampai saat ini. Alasan digantinya nama aplikasi tersebut adalah karena sebutan Douyin kurang familiar di telinga masyarakat di luar China dan dengan tujuan agar sebutan TikTok lebih mudah diingat dan menarik perhatian masyarakat negara lain.²⁴

Pada awal ekspansinya, TikTok menunjukkan popularitasnya dengan cepat, khususnya di Jepang dan Thailand yang kemudian pada tahun 2017, aplikasi TikTok telah menjadi aplikasi gratis yang paling banyak diunduh di Google Play Store (android) dan App Store (iOS) masing-masing negara. Saat ini TikTok menjadi salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Tercatat pada tahun 2021 TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh oleh masyarakat di seluruh dunia dengan angka 656 juta. Indonesia sendiri berada di urutan kedua jumlah pengguna TikTok dengan angka 106,52 juta, di bawah Amerika dengan angka 143,41 juta. Berbagai kalangan telah banyak menggunakan aplikasi berbasis video musik tersebut, data tahun 2022 rata-rata pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh kalangan anak muda usia 18-24 tahun dengan presentase 34,9%, usia 25-34 tahun 28,2%, usia 45-54 6,3% dan di atas usia 55 tahun 3,4%.²⁵

²⁴ Rahma Putri Maharani, Umi Rahmawati, and Dian Novita Sari, 'Hiperrealitas Pengguna Tiktok', *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 3.1 (2022), 1–11.

²⁵ Databoxs, "TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021." <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/tiktok-aplikasi-yang-paling-banyak-diunduh-pada-2021> diakses pada 26 Maret 2024.

Kemudian pada awal tahun 2022, pengguna TikTok secara global sudah mencapai 884,9 juta pengguna (berusia 18+) dan sampai awal tahun 2022 pun TikTok tetap menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh. Salah satu faktor meningkatnya popularitas TikTok ini terdorong oleh adanya pandemi COVID-19 yang mana situasi pandemi tersebut memaksa orang-orang untuk tinggal di rumah dan mencari hiburan melalui smartphonenya.

Hingga saat ini TikTok telah menjadi salah satu aplikasi yang sangat populer dan banyak digunakan di Indonesia bahkan di seluruh dunia karena dianggap lebih praktis dan cepat dalam menyampaikan sesuatu baik itu informasi atau hanya sekedar hiburan. Populernya Tiktok tidak lepas karena adanya berbagai inovasi terhadap fitur-fitur yang beragam dan mudah digunakan bagi semua kalangan serta banyaknya konten-konten video yang menarik bagi para penggunanya.²⁶ Untuk mempertahankan popularitasnya, TikTok terus berinovasi dan menemukan cara baru untuk tetap melibatkan keinginan para pengguna mereka.

1. Pengertian TikTok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dan bisa menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi Tiktok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada

²⁶ Anang Sugeng Cahyono, 'Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia', 140–57.

September 2016.²⁷ Aplikasi ini adalah aplikasi pembuatan video pendek dengan didukung musik yang sangat digemari oleh orang banyak termasuk orang dewasa dan anak-anak dibawah umur.

2. Sejarah TikTok

ByteDance, perusahaan induk Tiktok, mengakuisisi Musica.ly pada 2018 dan meleburnya dengan aplikasi lain untuk melahirkan Tiktok. Tiktok menunjukkan pertumbuhan pengguna aplikasi yang signifikan sejak diperkenalkan dan sebagai salah satu alternatif hiburan selama pembatasan sosial menuai pertumbuhan pengguna yang fenomenal di masa pandemi. Selama triwulan 2020, Tiktok mencetak rekor sebagai aplikasi terbanyak yang diunduh di telepon seluler, yakni 315 juta instalasi.

3. Fitur-Fitur TikTok

Tiktok mempunyai beberapa fitur dalam aplikasinya yang memungkinkan para penggunanya untuk saling berinteraksi, mengikuti, menyukai, dan membagikan video.

a. Beranda

Beranda adalah fitur pertama yang terlihat ketika membuka aplikasi TikTok. Dalam fitur beranda pengguna dapat melihat berbagai macam unggahan video dari orang lain. Terdapat dua kolom beranda dalam TikTok, pertama yaitu kolom teman untuk melihat video orang-orang yang telah saling *follow* dengan kita. Kedua kolom untuk anda yaitu

²⁷ Rizka Putriana Dewi, 'Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Ekspresi Diri Pemuda Daerah Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.Pdf', 2022.

kolom untuk melihat video senada dari konten yang sebelumnya pengguna lihat ataupun video lain yang sedang populer.

b. Pengunggahan Video

Fitur ini memungkinkan para penggunaanya untuk mengunggah video mereka sendiri kedalam aplikasi TikTok. Baik itu video langsung maupun video yang sudah ada di perangkat penggunaanya.

c. Editing Video

Fitur ini memberikan akses kepada para penggunaanya untuk melakukan editing video, seperti memotong, membalik, ataupun memutar kecepatan video. Fitur ini juga menyediakan rekaman ataupun penambahan lagu pada video yang diedit.

d. Filter dan Efek

Fitur ini terdapat pada editing video yang menyediakan beberapa filter dan juga efek seperti kecantikan ataupun striker untuk lebih memperkaya kreasi konten pada video.

e. FYP (*For Your Page*)

For Your Page (untuk anda) atau biasa disingkat FYP ini mirip dengan halaman explore pada Instagram, namun pada aplikasi TikTok halaman ini langsung menawarkan konten-konten yang berdasarkan algoritma TikTok konten video tersebut disukai oleh kita. Pengguna TikTok berlomba-lomba membuat videonya masuk pada halaman FYP, karena pada halaman ini setiap orang punya kesempatan sama untuk menjadi viral

f. *Social Sharing* (Berbagi Sosial)

Selain membagikan video TikTok juga memberikan fitur berbagi platform media sosial lainnya. Pengguna dapat menautkan profil Tiktoknya pada platform media sosial lain ataupun sebaliknya.

g. *Notifications* (Pemberitahuan)

Fitur ini mempermudah pengunannya untuk mengatur pemberitahuan dalam melihat siapa saja yang menyukai, berkomentar maupun berkirim pesan.

h. *Likes And Comments* (Suka dan Komentar)

Tombol suka dan komentar di TikTok berfungsi seperti halnya di media sosial Instagram, yaitu sebagai interaksi simbolik dalam dunia virtual. Pada TikTok Suka digambarkan dengan gambar hati dan komentar dengan ungkapan melalui tulisan.

i. Duets

Fitur ini menjadi salah satu fitur yang paling populer dalam TikTok. Melalui fitur ini pengguna dapat menyingkronkan atau mengikuti musik favorit mereka dengan siapapun diaplikasi. Selain itu, fitur ini memungkinkan para pengunannya untuk memanfaatkan jangkauan yang lebih luas untuk meningkatkan potensi profit.

j. Live Video Streaming

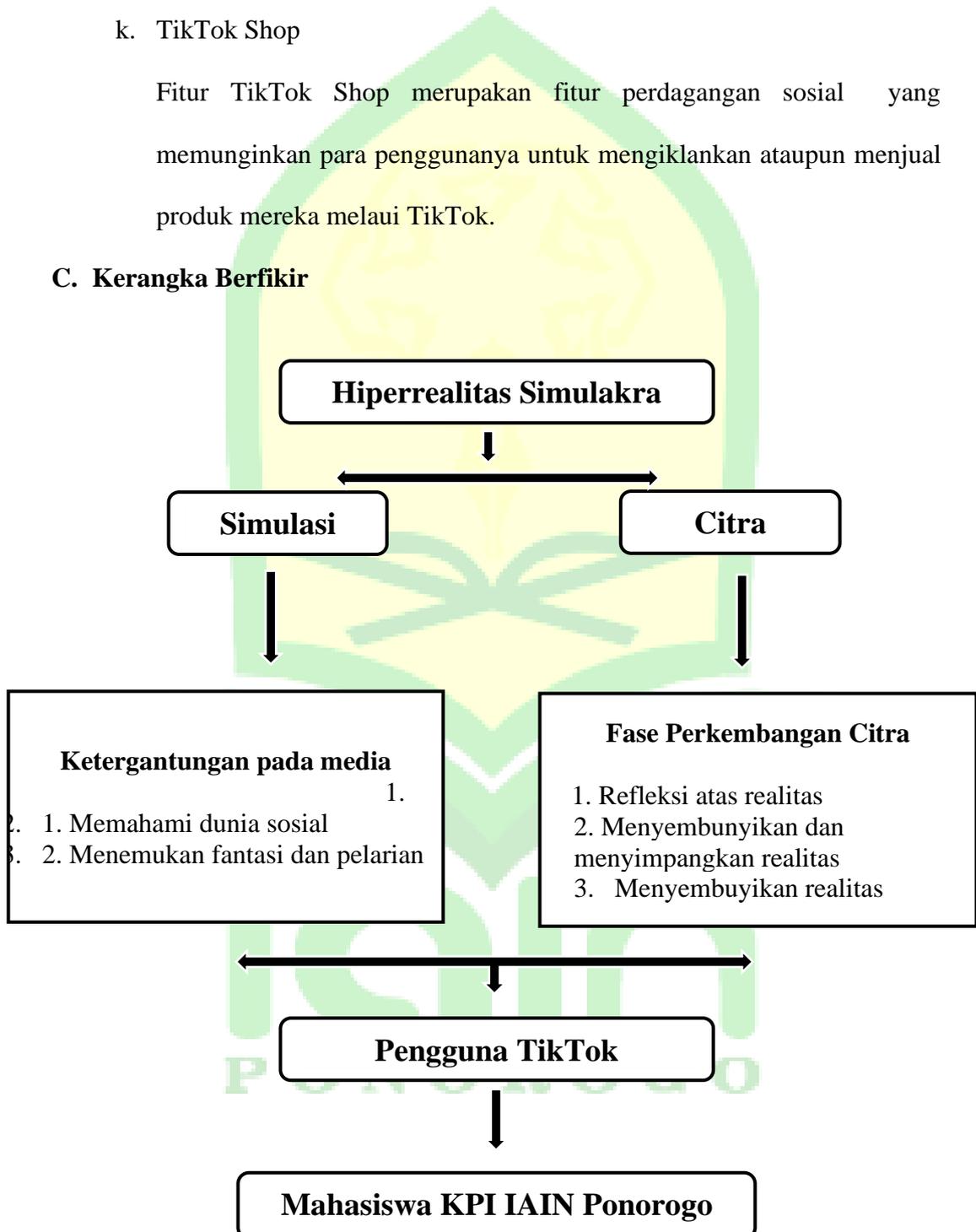
Fitur ini merupakan salah satu fitur TikTok yang juga paling banyak digunakan pada saat ini. Pada fitur live pengguna dapat secara langsung

membagikan videonya ataupun berinteraksi antar pengguna dalam jaringan virtual. Bahkan pengguna juga dapat mengirim Gift kepada konten kreator yang sedang mealukan *live streaming*.

k. TikTok Shop

Fitur TikTok Shop merupakan fitur perdagangan sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk mengiklankan ataupun menjual produk mereka melalui TikTok.

C. Kerangka Berfikir



BAB III

PAPARAN DATA HIPERREALITAS SIMULAKRA PENGGUNA MEDIA SPSIAL TIKTOK PADA MAHASISWA KPI IAIN PONOROGO

A. Paparan Data Umum

1. Sejarah Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah

Keberadaan kampus IAIN Ponorogo tidak dapat terlepas dari Akademi Syariah Abdul Wahhab (ASA), yang didirikan oleh KH. Syamsudin dan KH. Chozin Dawoedy pada tanggal 1 Februari 1968, yang kemudian dinegerikan dengan nama Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo pada 12 Mei 1970 dengan menyelenggarakan Progam Sarjana Muda. Selanjutnya pada tahun 1985 menyelenggarakan program Sarjana (S-1) dengan membuka Jurusan Qodlo' dan Muamalah Jinayah.

Sejak tahun 1997 Fakultas Syariah IAIN Sunan Ampel di Ponorogo berdiri sendiri menjadi Jurusan Syariah dengan seiring bergantinya status menjadi STAIN Ponorogo dan dibukanya Jurusan Tarbiyah dan Jurusan Ushuluddin. Pada tahun 2016, STAIN Ponorogo berkembang menjadi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo dan dengan diiringi perubahan jurusan Ushuluddin menjadi Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah (FUAD) yang mempunyai tiga jurusan yakni Ilmu Al-Quran dan

Tafsir (IAT), Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), Sejarah Peradaban Islam (SPI) dan Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI).¹

FUAD sebagai fakultas yang baru telah mengalami *progress* cukup signifikan, mulai dari aspek penguatan kelembagaan, penguatan keilmuan, maupun dalam penguatan pelayanan akademik kepada mahasiswa. Perubahan ini dapat dilihat dari kurikulum yang penyusunannya telah disesuaikan dengan peraturan yang berlaku, yaitu Standar Nasional Pendidikan Tinggi (SNPT) dan Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia (KKNI), dan integrasi keilmuan keislaman dan umum. Bukti lainnya yaitu tingginya potensi alumni pada dunia kerja, khususnya lembaga-lembaga pendidikan, penyiaran, dan penyuluhan baik di negeri maupun swasta.

Fakultas Ushuluddin, Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo dalam pengembangan keilmuannya telah dilengkapi dengan sarana dan prasarana penunjang berupa Laboratorium IAT, Laboratorium KPI, Laboratorium BPI, Rumah Jurnal, dan Lembaga Pendidikan dan Pengkajian Al-Quran (LP2Q). Berbagai kegiatan berbasis laboratorium telah dilaksanakan oleh mahasiswa FUAD. Direncanakan pengembangan kelembagaan FUAD akan terus dilakukan guna memenuhi kebutuhan peningkatan kompetensi mahasiswa dan pencapaian visi dan misi Fakultas.

¹ Pedoman Penyelenggaraan Pendidikan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah Tahun Akademik 2018/2019, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2018), 19-20.

2. Visi, Misi dan Tujuan Fakultas Ushukudin , Adab dan Dakwah IAIN

Ponorogo

a. Visi

Sebagai Pusat Kajian dan Pengembangan Ilmu Keislaman Yang Unggul Dalam rangka mewujudkan masyarakat madani

b. Misi

1. Menghasilkan sarjana di bidang ilmu-ilmu yang unggul dalam kajian materi dan penelitian
2. Menghasilkan sarjana yang mampu mewujudkan *civil society*
3. Menghasilkan sarjana yang berkarakter dan toleran
4. Meyelenggarakan kerjasama dengan lembaga lain yang terkait dengan bidang tafsir tematik, sejarah islam lokal, jurnalistik. Broadcasting dan konseling keluarga sakinah baik di dalam maupun luar negeri.

b. Tujuan

1. Terselenggaranya pendidikan di bidang tafsir tematik, sejarah islam lokal, jurnalistik, broadcasting, dan konselinh keluarga sakinah.
2. Terlaksananya penelitian dibidang tafsir tematik, sejarah islam lokal, jurnalistik, broadcasting, dan konselinh keluarga sakinah
3. Terlaksananya di bidang tafsir tematik, sejarah islam lokal, jurnalistik, broadcasting, dan konselinh keluarga sakinah

4. Terlaksananya kerjasama dengan lembaga lain yang terkait dengan bidang tafsir tematik, sejarah islam lokal, jurnalistik, broadcasting, dan konselinh keluarga sakinah

c. Struktur Organisasi

Pejabat dan pegawai di lingkungan fakultas ushuluddin, Adab dan Dakwah

1. Dekan: Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag
2. Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan: Dr. Faiq Ainnurofiq, MA.
3. Wakil Dekan Bidang adminitrasi umum, perencanaan dan keuangan: Dr Moh. Irfan Riyadi, M.Ag.
4. Wakil dekan bidang kemahasiswaan dan kerjasama: Dr. Ishwahyudi, M.Ag
5. Ketua jurusan IAT: Irma Rumtianing Uswatul Hanifa, MSI
6. Ketua Jurusan KPI: Kayyis Fitri Ajhuri, SHI, MA
7. Ketua Jurusan BPI: Muhammad Nurdin, M.Ag
8. Ketua Jurusan SPI: Muchlis Daroini, S.Sos.I, M.Kom.I

3. Profil Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)

a. Profil Utama

Profil utama Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam adalah sebagai broadcaster, manajer media dan jurnalis yang berkepribadian baik, berpengetahuan luas dan mutakhir

dibidannya serta mampu melaksanakan tugas dan bertanggung jawab berlandaskan ajaran dan etika keislaman, keilmuan dan keahlian.

b. Visi

Menjadi program studi yang menghasilkan sarjana komunikasi dan penyiaran islam yang unggul dan kompetitif dalam bidang jurnalistik dan broadcasting

c. Misi

1. Tujuan pendidikan dan pembelajaran yang unggul dan kompetitif di bidang jurnalistik dan penyiaran baik teori maupun praktik.
2. Kekuatan tempur untuk memperkuat kompetensi yang unggul dan kompetitif di bidang jurnalistik dan penyiaran
3. Pengabdian jasa masyarakat dibidang jurnalistik maupun penyiaran.
4. Kerjasama baik dengan lembaga dalam negeri maupun luar negeri untuk memperkuat kompetensi yang unggul dan kompetitif di bidang jurnalistik dan penyiaran.

d. Tujuan

1. Meyelenggarakan pendidikan dan pengajaran dalam bidang ilmu komunikasi dan penyiaran islam yang integral dan profesional
2. Melakukan penelitian dibidnag ilmu komunikasi dan

penyiaran

3. Melakukan pengabdian kepada masyarakat dan menjalin kerjasama dengan berbagai pihak terkait.

d. Struktur Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

1. Ketua Jurusan: Kayis Fitri Ajuhri, M.A.
2. Staf Jurusan: Asna Istiya M, M.Kom.I
3. Kordinator LAB: Galih Akbar Prabowo M.A.

B. Paparan Data Khusus

1. Hiperrealitas Simulakra Pada Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo

Hiperrealitas simulakra terlihat pada media sosial TikTok melalui dua proses, yaitu tahapan simulasi dan tahapan citra. Hal ini peneliti temui pada beberapa akun media sosial TikTok milik mahasiswa KPI IAIN Ponorogo. Sebagai sampel peneliti mengambil 2 mahasiswa dengan kriteria satu pengguna dengan jumlah *follower* lebih dari 1 ribu dan satu pengguna dengan *follower* di bawah 1 ribu sebagai subjek penelitian. Akun tersebut adalah @Softcakesy milik Shinta Kumala mahasiswa KPI (Informan 1) dan @ayela976 milik Alya Sidqiyah mahasiwa KPI (Informan 2), di mana pada kedua akun tersebut terdapat beberapa postingan berupa foto maupun video yang mengarah pada hiperrealitas simulakra. Setelah peneliti melakukan observasi dan wawancara, tahapan simulasi dan citra yang kemudian membentuk hiperrealitas simulakra begitu terlihat jelas dengan tahapan sebagai berikut:

Simulasi dari beberapa postingan akun TikTok Mahasiswa KPI, peneliti menemukan beberapa postingan yang mengarah pada simulasi. Hal ini digambarkan melalui beberapa postingan yang diupload pada akun media sosialnya.

a. Akun TikTok @Softcakesy

Pada postingan yang diunggah pada 3 desember 2023 pemilik akun TikTok @Softcakesy membuat konten yang mengarah pada simulasi. Pada postingan dengan tulisan: *All sweet things start with a letter 'B'* (Berikut adalah gambar dari postingan akun TikTok @Softcakesy.



Gambar 3.1: Slide satu postingan pada akun TikTok @Softcakesy



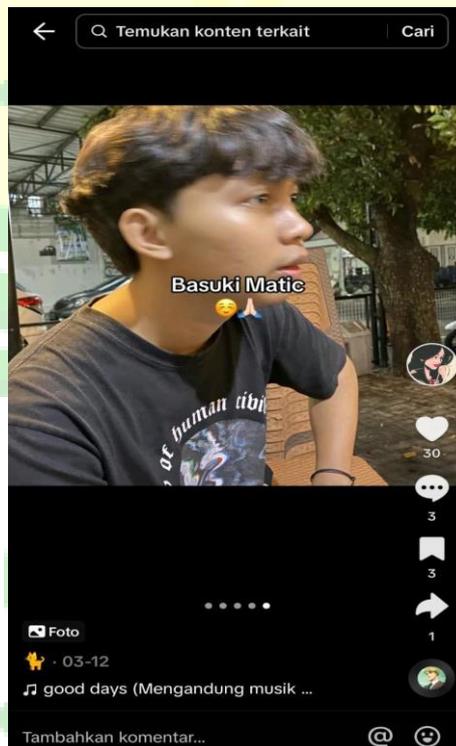
Gambar 3.2: Slide dua postingan pada akun TikTok @Softcakesy



Gambar 3.3: Slide tiga postingan pada akun TikTok @Softcakesy



Gambar 3.4: Slide keempat postingan pada akun TikTok @Softcakesy



Gambar 3.5: Slide kelima postingan pada akun TikTok @Softcakesy

b. Akun TikTok @ayela976

Pada postingan yang diunggah pemilik akun TikTok @ayela976 membuat konten yang mengarah pada simulasi dengan menggambarkan kondisi rumah tangga yang disimulasikan melalui pembelian semua perabotan Berikut adalah gambar dari postingan akun TikTok @ayela976



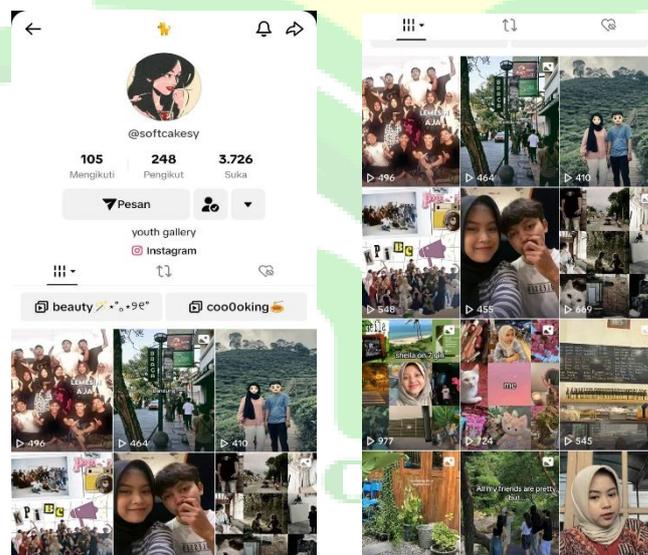
Gambar 3.6: Postingan pada akun TikTok @ayela976

Data observasi ini kemudian diperkuat dari hasil wawancara peneliti kepada pemilik para informan. Di mana saat peneliti bertanya mengenai minat para informan terhadap *trend-trend* yang dimunculkan pada media sosial TikTok mereka mengakui sering mengikuti *trend-trend* yang menurutnya *realtae* dengan kondisinya.

Informan 1: “Saya tertarik dan suka dengan tren-tren estetik yang ada TikTok, menurut saya video-video yang dibuat sangat menarik dan kreatif. Lebih bisa menimbulkan kepuasan tersendiri bagi diri saya ketika bisa mengikuti trend tersebut. Yang menjadi pertimbangan, saya lebih mengikuti tren yang sesuai dengan diri saya sendiri terlebih mengenai tren yang sedang viral”.²

Informan 2: “Aku termaksud pengguna yang sering ngikuti trend sih, trend yang realte dengan komdisiku gitu. Asik aja, trendnya dan itu menyenangkan dan buat seru-seruan aja”³

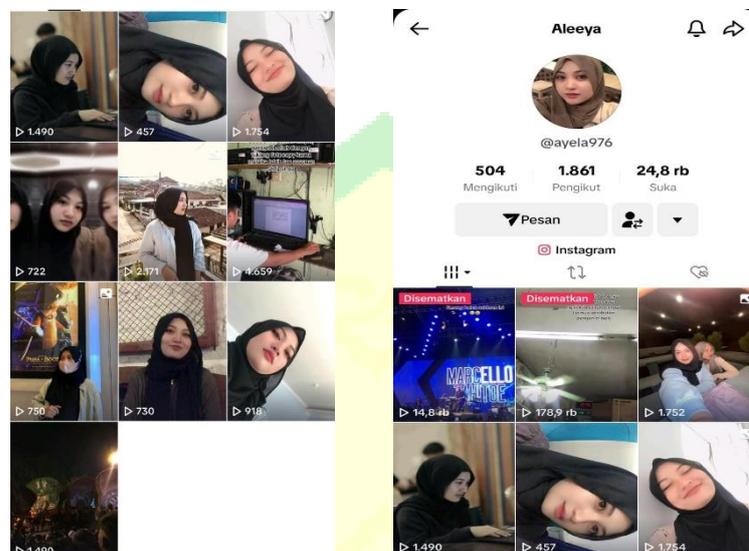
Data lain yang peneliti temui pada observasi dari akun TikTok mahasiswa KPI juga mengarah pada citra. Yaitu pada postingan-postingan yang di *upload* berupa citra dari kondisi kehidupan dari pemilik akun yang digambarkan melalui postingan-postingan.



Gambar 3.6: Postingan pada akun TikTok @Softcakesy

² 01/W/28-III/2024

³ 02/W/27-III/2024



Gambar 3.7: Postingan pada aku TikTok @ayela976

Data ini juga memperkuat citra dibentuk pada akun TikTok Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo adalah hasil wawancara peneliti pada pemilik akun. Saat peneliti bertanya mengenai konten-konten yang sering diupload di akun media sosial TikTiknya, pemilik akun menjawab bahwa ia lebih memposting konten-konten yang menggambarkan kehidupan dirinya.

Informan 1:“Ada banyak ya kalau saya, tapi kurang lebih apa yang saya posting tersebut adalah gambaran kehidupan saya yang saya publikasikan kepada teman-teman online saya”.⁴

⁴ 01/W/ 28-III/2024

Informan 2: “Aku lebih suka upload konten diirku ya, misal foto atau videoku lalu aku olah, mengikuti konten yang sedang trend atau yang menurutku itu menarik”⁵

2. TikTok Membentuk Hiperrealitas Simulakra Menurut Jean Baudrillard

Fase ini peneliti melihat bagaimana motif yang dilakukan oleh para pengguna TikTok menerapkan hiperrealitas simulakra. Hal tersebut diangkat oleh pemilik akun sebagai konten, realitas ini dibuat sebagai pemenuhan atas kebutuhan biologis sehingga pemilik akun akan mengikuti konten-konten yang sedang *trend* agar tetap terlihat kekinian. Hal ini selaras dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti.

Informan 1: “Awal mula saya menggunakan Tiktok karena mengikuti tren, banyak teman-teman dan saudara saya yang juga menggunakan aplikasi tersebut. Ya! Sebagai hiburan, untuk mengisi waktu luang saya dengan menonton video-video yang mengedukasi serta dapat belajar mengenai hal baru”⁶

Informan 2:

“Awalnya sih iseng membuat konten, dan menurutku dibandingkan dengan media sosial lain TikTok lebih cepet viralnya. Seperti kalau aku membuat konten kata kata atau ngikut sound yang lagi viral. Itu jadi mudah dikenal dan diberi respon banyak orang.”⁷

⁵ 02/W/ 27-III/2024

⁶ 01/W/ 28-III/2024

⁷ 02/W/ 27-III/2024

Dari pertanyaan lain yang peneliti ajukan kepada informan mengenai fitur TikTok yang sering digunakan keduanya menjawab secara umum sering menggunakan fitur Tiktok Shop, Live Streaming dan Beranda.

Informan 1:

”Kalau sayang lebih sering menggunakan fitur Tiktok Shop, karena saya dapat dengan mudah melihat video mau pun live streaming secara langsung produk yang akan saya beli. Selain itu penjual juga menawarkan harga yang relatif murah dengan berbagai voucher diskon lainnya”.⁸

Informan 2: “Kalau aku lebih sering menggunakan fitur live sama Tiktok Shop, karena menurutku belanja Tiktok Shop itu lebih murah, lengkap dan promo gratis ongkirnya lebih banyak. Kalau Live aku juga sering menggunakan, karena aku bisa berinteraksi dengan orang-orang yang tidak aku kenal dan itu lebih menarik menurutku, apalagi ketika dapat gift. Senang gitu rasanya.”⁹ Selain itu Beranda juga bagian fitur tiktok yang menarik dan sering aku kunjungi, karena banyak hal-hal yang lebih spontan, dan konten-konten yang sedang trend jadi lebih aku tau”

⁸ 01/W/ 28-III/2024

⁹ 02/W/ 27-III/2024



Gambar 3.8: Fitur live yang sedang digunakan oleh pemilik akun Tiktok @ayela97

BAB IV

HASIL PEMBAHASAN

A. Bentuk Hiperealitas Simulakra Penggunaan Media Sosial TikTok Mahasiswa KPI IAIN Ponorogo.

Penggunaan aplikasi TikTok sebagai ruang pembentukan eksistensi merupakan bagian real dari kondisi masyarakat hari ini. TikTok sebagai perangkat media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai hiburan ataupun sumber informasi, tetapi untuk memanipulasi tanda dan membentuk realitas yang palsu. Hal ini sejalan dengan data yang peneliti peroleh dari informan dimana TikTok dianggap sebagai realitas yang dianggapnya real

Fenomena kehadiran TikTok sebagai platform media sosial telah menjebak penggunaannya masuk dalam ilusi virtual yang telah dianggap nyata. Identitas seseorang tidak memiliki tautan yang bersifat real dari waktu ke waktu. Pengguna TikTok bisa saja melakukan simulasi atas realitas dirinya dengan berganti citra dan wujud yang ditampilkan.

TikTok menjadi salah satu media sosial yang menjadikan manusia hidup dalam ilusi dunia virtual. Hal semacam ini seyogyanya peneliti temukan dalam akun TikTok mahasiswa dimana media sosial telah dianggap sebagai suatu realitas yang melebihi realitas itu sendiri. Berdasarkan teori hiperrealitas dan simulakra yang dijelaskan oleh Jean Baudrillard dalam analisis kritisnya mengenai budaya media, yang kemudian digunakan oleh

peneliti sebagai dasar penelitian terkait hiperrealitas simulakra mahasiswa. KPI IAIN Ponorogo pada pengguna media sosial TikTok. Peneliti menemukan beberapa data dari @ayela976 yang memperlihatkan suatu bentuk hiperrealitas simulakra. Bentuk hiperrealitas sendiri disimulasikan melalui nilai konsumtif dimana informan 2 begitu tertarik menggunakan fitur belanja TikTokShoop karena banyaknya promo yang ditawarkan, Data ini diperkuat lagi dari pernyataan akun TikTok @Softcakesy dimana ia juga tertarik menggunakan TikTokShop karena promo gratis ongkir yang ditawarkan begitu menggiurkan.

Dapat ditarik kesimpulan bahwa keduanya sering menggunakan fitur TikTok Shop sebagai fitur yang sering dikunjungi karena banyaknya promo yang ditawarkan. Disini aktivitas konsumsi tidak lagi dilakukan karena dasar kebutuhan, melainkan karena simbol. Keberadaan TikTok Shop mengarah pada kondisi hiperrealitas dimana nilai tukar suatu barang tidak lagi mengacu pada nilai guna dan kebutuhan, melainkan faktor lain berupa simbol “gratis ongkir” yang ditawarkan oleh pihak aplikasi. Terjadi pengkaburan antara realitas real (kebutuhan) dengan realitas buatan (promo) yang melebihi realitas aslinya.

Jean Baudrillard mengistilahkan mengenai hiperrealitas simulakra sebagai suatu pengkaburan atas yang real. Hal ini kemudian peneliti temui pada penggunaan fitur *live* yang dilakukan oleh akun TikTok @ayela976

Hal ini menunjukkan bahwa informan merasa senang ketika melakukan interaksi dengan orang lain dalam ilusi virtual. Kondisi ini mengarah pada

pengkaburan atas realitas yang sebenarnya, di mana informan mempunyai rasa ketertarikan yang lebih pada hubungan interaksinya. Informan juga menganggap hal tersebut sebagai bagian dari kehidupan yang nyata. Selain dari pada itu, *live* yang dilakukan telah memunculkan nilai dan kepuasan tersendiri bagi pelakunya.

B. Hiperrealitas Simulakra pada TikTok Menurut Jean Baudrillard.

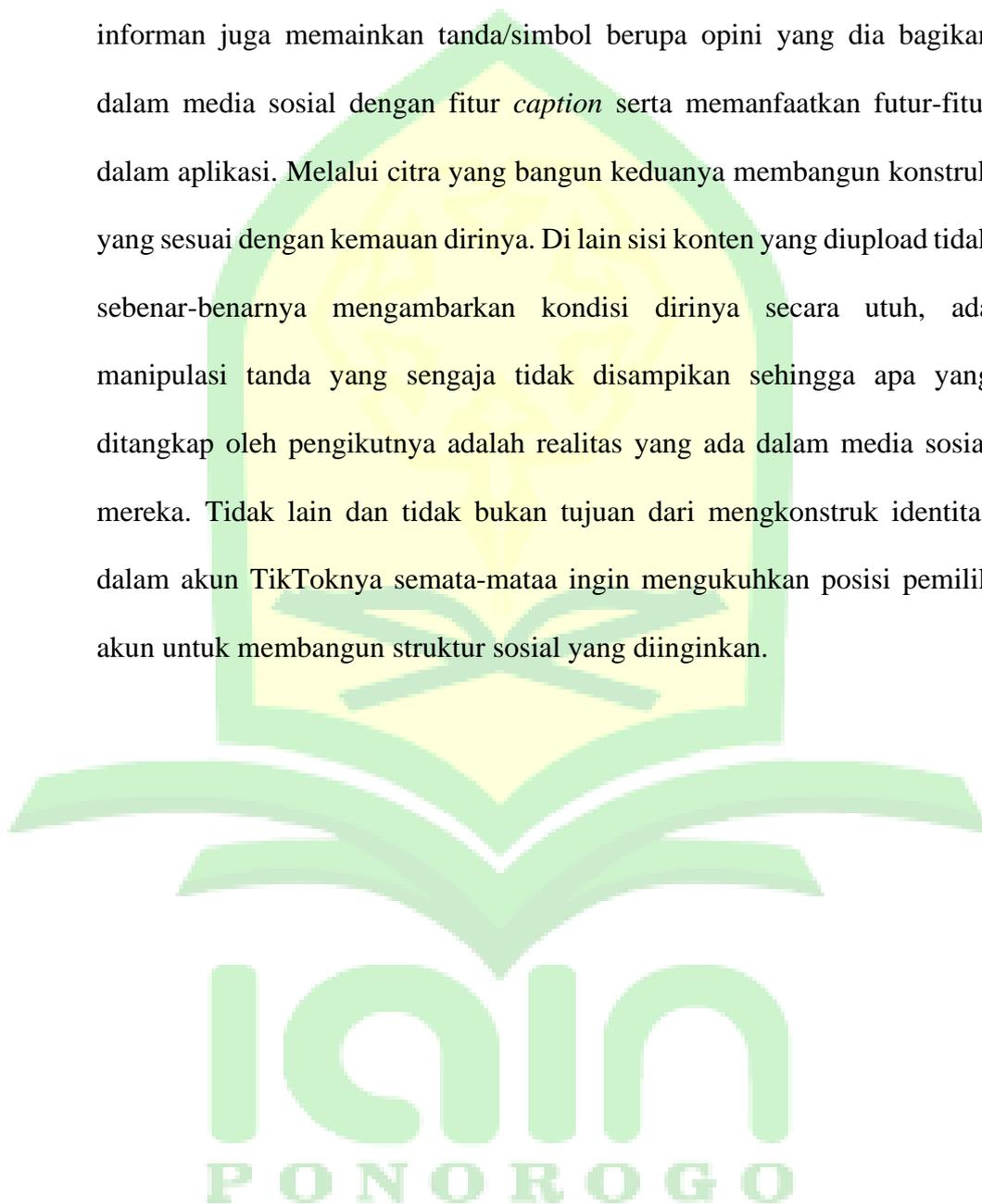
Bergesernya interaksi masyarakat ke arah virtual ini mengarah pada apa yang dikatakan Jean Baudrillard sebagai hiperrealitas simulakra. Hal ini sejalan dengan data dari databoks.com yang menyatakan media sosial TikTok berada pada urutan teratas yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Di mana media sosial kini telah menjadi ruang yang bebas dalam mengespresikan diri melalui konten-kontennya untuk membangun citra bagi penggunanya. sehingga TikTok juga menjadi tempat di mana hiperrealitas simulakra terbentuk dan menjadikannya ruang yang semu atas realitas yang sebenarnya. Namun sebelum berada dalam fase hiperrealitas simulakra, terdapat perangkat serangkaian fase dalam yang terbentuknya realitas yang palsu. Dalam penelitian ini peneliti akan membahas dua fase yaitu simulasi dan citra.

Pertama, fase simulasi. Pada fase ini merupakan tahapan di mana cara pandangan seseorang dibentuk oleh komunikasi dan citra yang dibangun oleh orang diluar dirinya. dimana seseorang pengguna TikTok tersebut menjadi untuk menampilkan realitas semu yang berbeda dari realitas aslinya. Meskipun informan tidak menyebut hal itu benar, tapi apa yang

disampaikan mengarah pada kondisi simulasi. Kedua informan memiliki maksud untuk menampilkan suatu simbol dan realitas melalui akun TikTiknya. Keduanya terlihat ingin mengolah makna suatu simbol dan tanda melalui simulasi yang ia bangun. Digambarkan oleh informan 1 bahwa segala sesuatu yang manis selalu berawal dari huruf B, hal ini tentu mereduksi makna mengenai hal-hal yang manis, seolah yang manis harus dimulai dari huruf B. Dengan artian lain, yang tidak berawal dari huruf B bukanlah suatu hal yang manis. Informan 2 juga membangun simulasi yang sama, bahwa berumah tangga diidentikan dengan pembelian semua perabotan, seperti yang dilakukan oleh temannya. Padahal tanda tersebut tidak sepenuhnya benar. Hal ini menggambarkan bagaimana kedua informan sebagai pengguna media sosial TikTok berusaha mengkonstruksi identitas melalui tanda-tanda yang ia bangun dalam media sosialnya. Masing masing dari informan memiliki kriteria tersendiri dalam meramu tanda tersebut.

Kedua adalah citra, penggunaan media sosial TikTok bukan hanya melakukan interaksi satu arah, melainkan terdapat hukum aksi-reaksi di dalamnya. Hal ini berdasarkan pernyataan dari akun TikTok @Softcakesy yang merasa senang ketika konten yang ia buat mendapat *like* maupun respon yang baik dari para pengikutnya. Ada rasa gembira dan senang sehingga mendorong pemilik akun @Softcakesy untuk terus memproduksi konten konten. Hal serupa juga disampaikan oleh pemilik akun TikTok @ayela976.

Keterangan di atas menjelaskan bahwa konten yang dihasilkan tidak terbatas pada konten visual semata, melainkan untuk menguatkan citra dirinya yang sedang berusaha dibangun. Dalam postingannya kedua informan juga memainkan tanda/symbol berupa opini yang dia bagikan dalam media sosial dengan fitur *caption* serta memanfaatkan fitur-fitur dalam aplikasi. Melalui citra yang bangun keduanya membangun konstruk yang sesuai dengan kemauan dirinya. Di lain sisi konten yang diupload tidak sebenarnya menggambarkan kondisi dirinya secara utuh, ada manipulasi tanda yang sengaja tidak disampaikan sehingga apa yang ditangkap oleh pengikutnya adalah realitas yang ada dalam media sosial mereka. Tidak lain dan tidak bukan tujuan dari mengkonstruk identitas dalam akun TikTiknya semata-mata ingin mengukuhkan posisi pemilik akun untuk membangun struktur sosial yang diinginkan.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, pengamatan serta analisis data yang telah peneliti lakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa terjadi hiperrealitas simulakra pada pengguna media sosial TikTok dengan hasil sebagai berikut:

1. Bentuk hiperrealitas simulakra pengguna media sosial TikTok pada mahasiswa KPI IAIN Ponorogo yaitu pada proses membangun citra yang lebih dominan terjadi pada beberapa bentuk yaitu mahasiswa merefleksikan dengan memulai mempelajari fitur-fitur yang ada dalam aplikasi TikTok, kemudian berlanjut dengan memproduksi konten dengan menutupi dan memutarbalikan realitas yang sebenarnya. Hal ini tercermin melalui trend-trend yang muncul yang kemudian dilihat hingga bahkan ditirukan meskipun hal tersebut tidak sesuai dengan dirinya. Hal ini semata untuk mengejar kepentingan konten agar trend dan viral. Hal ini menunjukkan lenyapnya hubungan dengan kenyataan yang sebenarnya dengan apa yang ditampilkan dalam akun TikTiknya. Selain itu proses hiperrealitas simulakra terlihat pada daya beli atau konsumsi mahasiswa yang tidak lagi berangkat dari faktor kebutuhan, melainkan melalui tanda atau simbol yang di munculkan yaitu promo gratis ongkir. Penggunaan aplikasi yang dianggap mensimulasikan kehidupannya secara total. Hal inilah yang kemudian menunjukkan adanya bebentuk hiperrealitas simulakra seperti yang

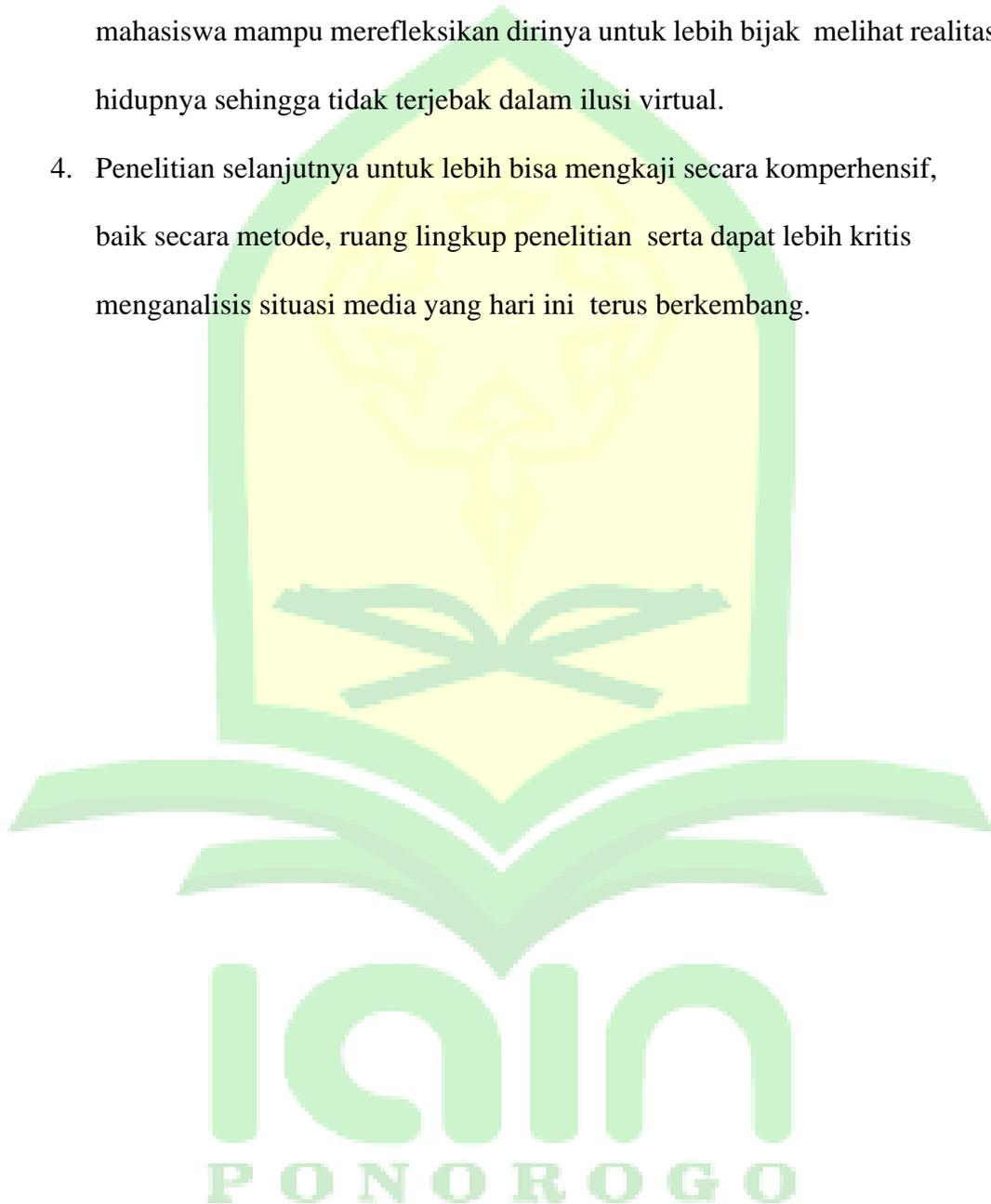
disampaikan oleh Baudrillard sebagai lenyapnya hubungan antara realitas real dengan apa yang sedang ditampilkan.

2. TikTok membentuk hiperrealitas simulakra menurut Jean Baudrillard. Pada hal ini TikTok telah menjadi perangkat yang mengrahkan penggunanya berada dalam dunia yang palsu, hal ini terlihat melalui beberapa proses. Peratama didasari pada jumlah *followers* dan *engagements* yang merupakan suatu indikator besar atau kecilnya interaksi dengan pengikut, seperti jumlah like, koment, *views* bahkan hingga posting ulang pada suatu akun mereka. Hal inilah yang kemudian menentukan status sosial para pengguna TikTok di media sosial, sehingga memunculkan dorongan agar para penggunannya untuk lebih variatif dalam menggunakan media sosial tersebut. Hal ini menjadi pesan yang disampaikan secara simbolik sehingga mendorong orang lain untuk dijadikan referensi untuk melakukan suatu tindakan, tergantung apa yang menjadi aspek kebutuhan dan keinginan yang diinginkan oleh para penggunannya. .

B. Saran

1. Berdasarkan penjelasan yang telah disampaikan di atas, peneliti menyadari betul masih banyak kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Terdapat beberapa saran baik itu untuk kepentingan akademik, mahasiswa pengguna TikTok, masyarakat umum dan penelitian selanjutnya.
2. Untuk kepentingan secara akademik penelitian ini menyarankan untuk dijadikan kajian keilmuan, serta dapat dikembangkan melalui berbagai prespektif ilmu pengetahuan yang lebih kritis.

3. Untuk mahasiswa pengguna media sosial TikTok dan masyarakat umum, peneliti menyarankan untuk mampu mengendalikan diri dari segala bentuk manipulasi yang ada pada media sosial TikTok. Selain itu diharapkan pula mahasiswa mampu merefleksikan dirinya untuk lebih bijak melihat realitas hidupnya sehingga tidak terjebak dalam ilusi virtual.
4. Penelitian selanjutnya untuk lebih bisa mengkaji secara komperhensif, baik secara metode, ruang lingkup penelitian serta dapat lebih kritis menganalisis situasi media yang hari ini terus berkembang.



DAFTAR PUSTAKA

- Adya Arsita, *Simulakra Budrillard dalam Multidimensi Posmodernisme*, Jurnal Rekam., vol. 13, no. 02 (2017), h. 90-91.
- Ahmad Setiadi, “Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi”, Jurnal AMJK BSI Karawang, I, No.1 (2012), 334.
- Akhmad Yusuf, “*Hiperealitas Simulakra Media Sosial Studi Kasus Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto pengguna instagram*” (Skripsi IAIN Purwokerto 2018).
- Andi Mursyidin Mubaroq ”*Simulakra dan Hiperrealitas Dalam Budaya Bermedia Sosial*” *Studi kasus Perilaku Bermedia Sosial Mahasiswa FKIP Unismuh Makasar*” (Skripsi Unismu Makasar 2023).
- Andreas, R. (2020). Analisis Hiperrealitas dalam Film Spiderman: Far from Home (2019). 2019, 31–38.
- Astuti. Yanti Dwi, *Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone*, Jurnal Pekomnas, vol. 2, no. 1 (2017).
- Cahyono, Anang Sugeng. ‘*Anang Sugeng Cahyono, Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*.
- Darmawan, Deni. *Pendidikan Teknologi informasi komunikasi*, Bandung: (Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, 2012).
- Databoxs, “Pengguna Media Sosial di Indonesia 2024.” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/04/>. Diakses pada 29 April 2024.
- Databoxs, “TikTok, Aplikasi yang Paling Banyak Diunduh pada 2021.” <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/01/04/>. Diakses pada 27 April 2024.
- Dewi Oktaviani, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa IAIN Metro*, *Skripsi IAIN Metro*, 2019. <https://repository.metrouniv.ac.id> (30 Januari 2022).

Farida. Nugrahani. *Metode penelitian kualitatif dalam penelitian pendidikan bahasa*, (Solo: Penerbit Cakra Boooks, 2014).

Herlinda Fitria, *Hiperrealitas dalam Sosial Media*, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 45, no. 02 (2015), h. 89.

Hidayat, Medhy Aginta *Menggugat Modernisme*, Yogyakarta: (Penerbit Jalasutra, 2012).

Hidayat, Medhy Aginta *Realitas Pascamoderne*, Yogyakarta: (Penerbit Cantrik Pustaka, 2021).

Johan Setiawan dan Ajat Sudrajat, *Pemikiran Postmodernisme dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan*, Jurnal Filsafat, vol. 28, no. 1 (2018).

Lexy J. Meleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: (Penerbit Remaja Rosdakarya, 2004).

M Salsabila, *Konten “Racun” Pada Media Sosial Tiktok Sebagai Pendorong Perilaku Konsumtif Remaja Dalam Belanja Online (Studi Kasus 11 Mahasiswa FISIP UIN Syarif Hidayatullah*, 2023.

M.Nur .Shusela, *The Agony of Power, Hominasi, Hegemoni, Teror*, Yogyakarta: (Penerbit Basabasi, 2021).

Muhammad Azwar, *Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas*, Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Kearsipan Lhizanah al-Hikmah, Vol. 2, No. 1 (2014), h. 50.

Rahma Putri Maharani, Umi Rahmawati, and Dian Novita Sari, ‘Hiperrealitas Pengguna Tiktok’, *Jurnal Komunikasi Dan Budaya*, 3.1 (2022)

Restu Puji Arum “*Konsep Ruang Semu Facebook Ditinjau dari Teori Ekstasi Komunikasi Jean Baudrillard*” (Dictoral Dissertation, Universitas Gajah Mada 2015), 12.

Rizka Putriana Dewi, ‘Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Ekspresi Diri Pemuda Daerah Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung. (Skripsi, 2022).

Rizka Putriana Dewi, ‘Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Ekspresi Diri Pemuda Daerah Kecamatan Besuki, Kabupaten Tulungagung.Pdf’, 2022.

Rosaline Ray Makin "Skripsi "Bentuk-bentuk Simulakrum dan Hiperrealitas dalam Novel Ritual Gunung Kemukus oleh F. Rahdi dari Perspektif Jean Baudrillard". (Skripsi Universitas sanata Dharma Yogyakarta 2018).

Santoso, Widjajanti Mulyono/ *Ilmu Sosial di Indonesia: Perkembangan dan Tantangan*, Jakarta: (Yayasan Pustaka Obor Indonesia, 2016).

Siti Nurhalizah HD "Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram Mahasiswa Faklutas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Parepare" (Skripsi, IAIN Parepare, 2022).

Strisno.Hadi. *Metode Research* jilid 2, Yogyakarta: (Penerbit Andi Offset, 2004)

Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Jakarta: (Alfabeta, 2012).

Teguh Saumantri, dan Abdu Zikrillah, (Desember 2020), *Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 11(2), hlm.250-251.

Teguh Saumantri, dan Abdu Zikrillah, (Desember 2020), *Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa*, Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 11(2), hlm.250-251.

Yanti Dwi Astuti, *Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone*, Jurnal Pekomnas, vol. 2, no. 1 (2017), hlm 77.

Yanti Dwi Astuti, *Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi Pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone*, Jurnal Pekomnas, vol. 2, no. 1 (2017), hlm 77.

