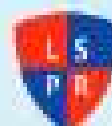




LONDON SCHOOL  
of Public Relations  
Jakarta  
TRANSFORMING COLLECTIVE INTELLIGENCE

E-ISSN :



Research and  
Community Service  
Centre

Prosiding

**KNP2K**

2019

KONFERENSI NASIONAL PENELITIAN  
& PENGABDIAN MASYARAKAT BIDANG KOMUNIKASI

ISSN 2502-6210

**"TANTANGAN DAN TEROBOSAN  
KOMUNIKASI MENYONGSONG  
SOCIETY 5.0"**

5 September 2019

London School of Public Relations - Jakarta

@Tranpark Bekasi Campus

Jl. Ir. H. Juanda No. 220 Duren Jaya Bekasi

*London School of Public Relations*

ISSN 2502-6210



Konferensi



Seminar



Publikasi

# DAFTAR ISI

<b>EDITOR</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	
• Ketua Lembaga Penelitian LSPR - Jakarta .....	<b>iii</b>
<b>REVIEWER</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR MAKALAH</b>	
Artikel Jurnal .....	<b>1</b>

# **EDITOR**

## **PENANGGUNG JAWAB**

Prita Kemal Gani, MBA, MCIPR, APR

## **EDITOR UTAMA**

Yuliana Riana P, MM

## **WAKIL EDITOR**

Rubiyanto

Lamri raya Fitriyani M.I.kom

Xenia Angelica M.Si

## **BENDAHARA**

Ayu H. Sakinah

## **DEWAN PENASIHAT EDITOR**

Prof. Dr. Alo Liliwari, MS

Dr. Lentari Nurhajati

Dr. Andre Ikhsano

Rendro Dhani Ph.D

Dr. Rino F. Boer

## **PUBLIKASI**

Rizka Septiana, M.Si

## **DESAINER**

Mega Puspita Perwira Jaya, S.I.Kom

## **Korespondensi**

**Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPPM)**

London School of Public Relations - Jakarta

Jl. K.H. Mas Mansyur Kav. 35, Sudirman Park

Jakarta Pusat, DKI Jakarta

# **EDITOR**

## **PENANGGUNG JAWAB**

Prita Kemal Gani, MBA, MCIPR, APR

## **EDITOR UTAMA**

Yuliana Riana P, MM

## **WAKIL EDITOR**

Rubiyanto

Lamri raya Fitriyani M.I.kom

Xenia Angelica M.Si

## **BENDAHARA**

Ayu H. Sakinah

## **DEWAN PENASIHAT EDITOR**

Prof. Dr. Alo Liliwari, MS

Dr. Lentari Nurhajati

Dr. Andre Ikhsano

Rendro Dhani Ph.D

Dr. Rino F. Boer

## **PUBLIKASI**

Rizka Septiana, M.Si

## **DESAINER**

Mega Puspita Perwira Jaya, S.I.Kom

## **Korespondensi**

**Lembaga Penelitian, Publikasi dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPPM)**

London School of Public Relations - Jakarta

Jl. K.H. Mas Mansyur Kav. 35, Sudirman Park

Jakarta Pusat, DKI Jakarta

# **REVIEWER**

1. **Dr. Artini**
2. **Dr. Andre Ihsano**
3. **Dr. Yolanda Stellarosa**
4. **Dr. Hj. Novi Andayani Praptiningsih**
5. **Dr. Susilowati Natakoesoemah**
6. **Dr. J.A Wempi**
7. **Gracia Rachmi Adiarso, M.Si**
8. **Rani Chandra Oktaviani, M.Si**

# HIPERREALITAS DALAM MEDIA SOSIAL

## (Simulasi Citra Keluarga Harmonis Selebriti di Instagram)

Oleh:

Dian Harnaningtyah, Susi Yuniarti, Wijayanti

FIKOM, UPI YAI

[harnaningtyahdian@gmail.com](mailto:harnaningtyahdian@gmail.com)

### ABSTRACT

*The purpose of this study is to explain the process of developing simulacra which leads to hyperreality in the use of social media, especially in the use of Instagram. By observing Instagram artists who are inseparable from various self-imaging efforts and their families through posting photos and videos of their daily lives, which in the end for some artists who often exhibit images of harmony in their families apparently in reality did not succeed in maintaining the integrity of the family. By using Baudrillard's theory, this paper will discuss how Instagram displays simulacra that produces hyperreality, a harmonious family of celebrities, where in cyberspace like this many simulations are made and are no longer describing reality or actual reality but the benchmark is models that coveted by many people. This is what came to be called the postmodern society which was organized through simulations. Data collection by observation and documentation on the artists' Instagram, then performed an analysis by matching the posts with the existing reality, looking at the cases that occur in the lives of the artists. The result showed that it can be concluded that posting pictures of artists and family videos on Instagram even though original but significant falsehood that is the result of simulacra, so that it goes beyond the real reality because in reality they are actually artists who cannot maintain the harmony of their families.*

**Keywords:** *Hyperreality, Social Media, Image Simulation, Family harmony*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan proses berkembangnya simulacra yang berujung pada hiperrealitas dalam penggunaan media social utamanya pada pengguna instagram. Dengan mengamati instagram para artis yang tak lepas dari berbagai upaya pencitraan diri dan keluarganya melalui postingan foto maupun video keceharisan

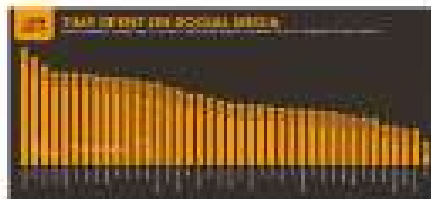
mereka, yang pada akhirnya untuk beberapa artis yang seringkali memamerkan gambar-gambar keharmonisan keluarga mereka ternyata pada realitanya tidak berhasil mempertahankan keutuhan keluarga. Dengan menggunakan teori Baudrillard, tulisan ini akan mengkaji bagaimana Instagram menampilkan simulacra yang menghasilkan hiperrealitas keluarga harmonis dari para selebriti, dalam dunia seperti ini banyak dilakukan simulasi dan dibuat bukan lagi menggambarkan realitas atau kenyataan sebenarnya tetapi patokannya adalah model-model yang didambakan banyak orang. Inilah yang kemudian disebut sebagai masyarakat postmodern yang diorganisasi melalui simulasi. Pengumpulan data dengan cara observasi dan dokumentasi pada Instagram para artis selanjutnya dilakukan Analisa dengan mencocokkan antara postingan dengan realita kehidupan mereka, melihat pada kasus-kasus yang terjadi pada kehidupan para artis tersebut. Hasil penelitian menunjukkan , selanjutnya dapat disimpulkan bahwa postingan gambar maupun video keluarga artis di Instagram walaupun asli namun bermakna kepalsuan yaitu merupakan hasil simulacra, sehingga melampaui realita yang sebenarnya karena pada kenyataannya mereka justru merupakan artis-artis yang tidak dapat mempertahankan keharmonisan keluarganya.

**Kata kunci:** Hiperrealitas; Media Sosial; Simulasi Citra; Keluarga harmonis

## PENDAHULUAN

Saat ini media baru sudah menjadi bagian dari keseharian kita dan telah menghasilkan perubahan besar dalam berbagai bidang kehidupan. Media baru diartikan sebagai media yang berbasis teknologi computer sebagai "platform" distribusi informasi melalui situs web, komputer, *blue-ray disk* dan lainnya. Media ini dirancang untuk meningkatkan jangkauan dan efisiensi komunikasi manusia, mempermudah kita dalam mengakses informasi dari segala penjuru tanpa batas (*borderless*). Informasi yang dibutuhkan sebagai bagian dari tuntutan kehidupan dan sebagai penunjang kehidupannya. Pengguna media baru dari waktu ke waktu juga semakin tinggi.

Berdasarkan laporan WeAreSocial yang bekerjasama dengan Hootsuite kembali melansir Global Digital Report tahun 2018 yang cukup mencengangkan bahwa pengguna internet dunia saat ini telah mencapai 4,021 miliar orang, yang artinya sudah lebih dari separo manusia di bumi menggunakan internet, sementara di Indonesia jumlah penggunaannya mencapai 132 juta orang, yang berarti setengah atau lebih penduduk Indonesia sudah bisa mengakses internet (Good News from Indonesia). Dari segi durasi penggunaan juga bertambah, rata-rata penggunaannya enam jam per hari. Seperti terlihat dalam grafik berikut ini:



sumber :  
hootsuite,wearesocial

Dari grafik di atas terlihat bahwa *time spent* internet di Indonesia nomor tiga tertinggi di dunia, setelah Philipina dan Brazil. Tentu saja ini sebuah fenomena yang menarik jika dilihat lebih jauh trend penggunaan yang semakin tinggi. Dewasa ini internet digunakan oleh sebagian masyarakat Indonesia untuk berbagai kebutuhan, mulai dari urusan bisnis, pendidikan, hiburan, sampai yang hanya sekedar untuk ngobrol kesana kemari.

Berkembangnya internet menciptakan platform media baru dengan berbagai jenisnya. Salah satunya berbentuk media jejaring sosial atau yang sering disebut dengan media sosial seperti facebook, twitter, Instagram dan lainnya. Media ini memiliki fungsi sebagai sarana untuk mengungkapkan identitas diri, sharing pesan, melakukan percakapan, bahkan untuk menunjukkan reputasi seseorang.

Salah satu contohnya penggunaan Instagram, dimana seseorang bisa memposting foto-

foto maupun video yang mereka inginkan untuk dibagikan kepada orang lain. Di Indonesia para pengguna Instagram cukup banyak. Mengapa masyarakat Indonesia menyukai Instagram? Ada beberapa pendapat, diantaranya mengikuti tren, budaya ngobrol, maupun karena kesukannya "*to show off*" pada apa yang sedang mereka lakukan /kerjakan. Tentu saja tidak semuanya akan selalu dipersepaikan negatif, karena tidak tertutup kemungkinan justru akan dapat memunculkan hal-hal positif.

Fenomena penggunaan Instagram banyak juga terjadi di lingkungan selebritis, diantaranya pasangan Gading Marten - Gisela Anastasia, Sule - Lina, dan Atalariksyah - Tsania Marwa. Mereka sering memposting foto-foto berkaitan dengan aktivitasnya sebagai selebritis maupun menunjukkan betapa harmonis keluarganya, namun akhirnya mereka bercerai. Foto atau video yang mereka posting melalui media sosial berpotensi dimaknai oleh orang lain, sebagaimana dirinya ingin dicitrakan sesuatu oleh followernya. Foto atau video tersebut telah menciptakan gambaran visual yang bisa saja berbeda dengan realitasnya.

Kajian ini memfokuskan pada penggunaan Instagram keluarga ketiga selebriti yang



sudah disebutkan di atas. Berdasarkan pengamatan, mereka menampilkan gambaran di media virtual sebagai pasangan atau keluarga yang harmonis. Dengan menggunakan teori Baudrillard, tulisan ini akan mengkaji bagaimana Instagram menampilkan simulacra yang menghasilkan hiperrealitas keluarga harmonis dari selebriti.

## LITERATUR DAN METODE

### Simulacra dan Hiperrealitas

#### Baudrillard

Seperti telah disebutkan pada bagian terdahulu bahwa perkembangan media baru telah membawa masyarakat pada "dunia lain" di luar dunia nyata yaitu dunia virtual. Ini membuat mereka sering mengira berada dalam ruang yang dianggapnya realitas. Dalam dunia seperti ini banyak dilakukan simulasi dan dibuat bukan lagi menggambarkan realitas atau kenyataan sebenarnya yang menjadi patokan utamanya tetapi patokannya adalah model-model yang didambakan banyak orang (Baudrillard, 1987). Inilah yang kemudian disebutnya sebagai masyarakat postmodern yang diorganisasi melalui simulasi,

dimana model, kode, komunikasi, informasi dan media adalah penyebab patahan radikal dengan masyarakat modern. Dalam kehidupan postmodern yang memabukkan, subyektivitas terpecah-pecah dan hilang, sementara serangkaian pengalaman yang baru muncul.

Menurut Baudrillard, masyarakat yang hidup dengan suatu bentuk komoditas yang di dalamnya kode, tanda, dan model yang diproduksi terus melalui ruang simulacra merupakan ciri-ciri masyarakat simulasi. Simulacra (*simulacrum*) diartikan sebagai suatu ruang dimana hasil simulasi-simulasi atau reduplikasi suatu obyek (misalnya dalam bentuk foto atau video) dibuat, sehingga antara yang buatan dan asli tidak dapat dibedakan dan hasil simulasi tersebut menghasilkan realitas tersendiri. Hasil dari simulacra yang dibuat akan melahirkan hiperrealitas (Suyanto, 2013).

Hiperrealitas menurut Baudrillard yaitu bagaimana permainan tanda-tanda berlangsung, bagaimana yang real dan semu (palsu) berbaur dan melebur (sehingga keaslian dan kepalsuan sulit untuk dibedakan), dan bagaimana tiruan itu terbentuk. Teori ini dapat digunakan untuk melihat dan memahami budaya virtual atau budaya cyber, komunikasi massa atau media, fashion, dan

budaya konsumerisme dalam era kapitalisme (Lubis, 2015).

Pada masyarakat postmodernisme, simulacrum akan berkembang pesat. Basis tatanan dalam masyarakat tersebut bukan produksi –seperti yang diyakini Marx– melainkan konsumsi, yang oleh Guy Debord (dalam Callavaro, 2004) disebut “masyarakat penonton”, sebuah dunia dimana hubungan antar orang-orang diperantarai secara terus-menerus oleh citra-citra untuk dikonsumsi terus-menerus, didaur ulang dan selanjutnya dikonsumsi lagi. Dalam dunia postmodern ini individu meninggalkan “gurun yang nyata” untuk ekstase hiperrealitas dan ranah computer, media, dan pengalaman teknologi yang baru (Kellner, 2010).

## Media Sosial

Media sosial merupakan platform yang memungkinkan para pengguna web berinteraksi dan berpartisipasi dalam pembuatan konten lalu berkomentar sesuai dengan keberadaan mereka maupun masyarakat umum. Menurut Joe Cothrel (dalam Liliweri, 2014), dalam arti luas adalah salah satu bentuk platform online dimana para pengguna dapat memindahkan konten yang bersumber dari WordPress, Sharepoint, Youtube, Facebook.

Dalam arti sempit, media sosial meliputi saluran user generated content yang memandang media sosial sebagai teknologi sosial. Contoh: youtube, facebook dan twitter adalah media sosial, sedangkan WordPress, Sharepoint, dan Lithium adalah teknologi sosial.

Kehadiran media sosial membuat manusia dapat berbagi wawasan, pengalaman, perspektif antara yang satu dan yang lain. Karena kelebihananya, media sosial kini menjadi bagian yang hampir tidak bisa terpisahkan dengan kehidupan kita. Media ini memiliki beberapa karakteristik antara lain: *engaging* (melibatkan), *empati*, *trustworthy* (kejujuran, transparansi dan orisinalitas), *unique* (adanya kebersamaan antara sumber dan penerima dalam membentuk konten), *analytical* mendorong sesama pengguna untuk berfikir tentang sesuatu ide secara analitis. (Liliweri, 2014).

Media sosial didasarkan pada penggunaan jaringan internet karena itu memiliki fungsi lebih kompleks dibanding media tradisional. Fungsi media sosial diantaranya: *identity*, *conversations*, *sharing*, *presence*, *relationships*, *reputation*, dan *groups*. (Liliweri, 2014). Ketika seseorang menggunakan media sosial, maka fungsi tadi bisa

berjalan sekaligus. Misalnya seorang pengguna twitter ketika dia mentweet pesan, kemudian diretweet orang lain, maka muncullah percakapan, mereka bisa saling sharing informasi atau pengalaman. Disitulah kita sadar bahwa ada kehadiran orang lain baik sebagai pribadi maupun kelompok, mereka akan terhubung satu sama lain.

## Instagram

Instagram dapat didefinisikan sebagai aplikasi mobile yang berbasis iOS, Android dan Windows Phone dimana pengguna dapat memposting dan mengedit foto atau video ke halaman utama Instagram dan jejaring sosial lainnya. Pertama kali diperkenalkan oleh Burbn, Inc, sebuah perusahaan startup yang dimotori oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger, yang akhirnya dibeli oleh facebook pada tahun 2012 lalu.

Tidak berbeda jauh dengan media jejaring sosial lainnya, Instagram memiliki berbagai fitur, yaitu kamera, editor, tag dan hastag, caption dan integrasi ke jejaring sosial lainnya. Orang bisa mengupload foto melalui galeri maupun mengambil gambar secara langsung. Sebelum diposting

foto atau video bisa diedit terlebih dahulu dan diberikan caption. Pengguna juga dapat mengirim foto dan videonya ke jejaring sosial lain seperti facecook, twitter dan jejaring sosial lainnya.

Foto atau video yang diposting di Instagram bisa dilihat oleh orang lain yang menjadi *followersnya* (pengguna lain sebagai pengikutnya). Seseorang dapat juga melihat foto atau video orang lain yang terpampang di *feed* miliknya kalau dia menjadi pengikutnya (*following*). Setiap pengguna Instagram dapat berinteraksi dengan cara memberikan tanda *like* atau memberikan komentar terhadap foto atau video yang diunggah orang lain.

Saat ini Instagram tidak hanya digunakan untuk sekedar berbagi cerita melalui foto dan video, namun dimanfaatkan juga sebagai sarana mempromosikan produk hingga tempat-tempat wisata. Tentu saja harus didukung dengan foto atau video yang bagus sehingga bisa membuat orang lain tertarik. Karena itu tidak mengherankan kalau pengguna Instagram semakin banyak. Berikut ini grafik yang menunjukkan jumlah pengguna Instagram.



Sumber: Hootsuite- we are social

### Keluarga Harmonis

Dalam kehidupan berkeuarga, siapapun pasti menginginkan memiliki keluarga harmonis. Secara terminologi keharmonisan diartikan sebagai keadaan selaras atau serasi. Keharmonisan bertujuan untuk mencapai keselarasan dan keserasian, dalam kehidupan rumah tangga perlu dijaga agar bisa tercipta keluarga harmonis (KBBI, 1989).

Keluarga yang harmonis antara lain ditunjukkan dengan kehidupan yang rukun, bahagia, tertib, saling menghargai, merawat cinta kasih. Kebahagiaan ini bisa terlihat ketika orang berinteraksi dengan orang lain. Disebutkan oleh Gunarsa dan Gunarsa (1991) bahwa keluarga bahagia adalah apabila kedua pasangan saling mencintai, menghargai dan seluruh anggota keluarga terpenuhi eksistensi dan

aktualisasi diri dari aspek mental, fisik, emosi dan sosial.

Dalam era dunia virtual saat ini, banyak orang ingin selalu menampilkan dan mengekspresikan dirinya termasuk menampilkan kebahagiaan dan keharmonisan keluarga melalui media. mereka ingin mengkomunikasikan pada dunia melalui postingan kata-kata ataupun gambar. Menurut Baudrillard inilah yang membuat masyarakat sering terjebak dalam ruang yang dianggapnya realitas.

### HASIL DAN DISKUSI

#### Hiperrealitas Keluarga

#### Harmonis Selebriti di Instagram

Media baru yang hadir dalam kehidupan kita saat ini membuat arus informasi semakin deras. Media ini memiliki kelebihan dibandingkan media lama, dimana orang dapat berkomunikasi secara dialogis dengan media sosial sebagai media yang mulai mengabaikan komunikasi monologis sehingga memiliki potensi untuk menarik perhatian penggunanya. Melibatkan berbagai tingkat keterlibatan peserta yang dapat membuat komentar atau mengintai melalui jaringan sosial

Media sosial mampu menciptakan rekayasa realitas yang tampak seperti nyata tetapi hanya sebuah hasil dari image penciptaan melalui teknologi elektronik. Hasil dari rekayasa realitas yang menyebabkan kondisi dimana realitas dan rekayasa yang dibuat bercampur dalam suatu media dan tidak dapat dibedakan lagi mana realitas dan mana yang bukan.

Instagram sebagai salah satu platform media jejaring sosial selain facebook, twitter dan yang lainnya, data terbaru Facebook mengungkap pemakai instagram RI merupakan pemakai instagram terbesar di Asia Pasifik. Country Director Facebook Indonesia Sri Widowari mengatakan Indonesia bisa jadi pengguna instagram terbesar di Asia Pasifik karena orang-orang menggemari platform yang kaya visual itu. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190305173423-33-59051/wah-ri-jadi-pengguna-instagram-terbanyak-se-asia-pasifik>. "Indonesia jadi negara pemakai instagram terbesar di Asia Pasifik," kata Sri, Selasa (5/3/2019). Instagram sendiri banyak digunakan orang untuk memposting berbagai konten, mulai dari story, foto sampai dengan teks dan video.



Sumber: [https://www.google.com/search?safe=strict&q=grafik+pengguna+instagram+di+indonesia+2019&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjZ58SY5\\_njAhUljOYKHfR8A\\_gQsAR6BAgHEAE](https://www.google.com/search?safe=strict&q=grafik+pengguna+instagram+di+indonesia+2019&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjZ58SY5_njAhUljOYKHfR8A_gQsAR6BAgHEAE)



Sumber: [https://www.google.com/search?safe=strict&q=grafik+pengguna+instagram+di+indonesia+2019&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjZ58SY5\\_njAhUljOYKHfR8A\\_gQsAR6BAgHEAE](https://www.google.com/search?safe=strict&q=grafik+pengguna+instagram+di+indonesia+2019&tbm=isch&source=univ&sa=X&ved=2ahUKEwjZ58SY5_njAhUljOYKHfR8A_gQsAR6BAgHEAE)

diunduh, pada tgl. 11 Juni 2019

Instagram menempati urutan teratas sebagai platform media sosial paling banyak buat narsis dibanding Snapchat, Twitter dan Facebook. Tahun

itu mengacu pada survei terbaru yang melibatkan 10.000 orang partisipan generasi milenial, yang diusung LendEDU. Dua pertiga partisipan juga mengakui bahwa mereka memberi jempol sebuah postingan dan video sebagai balasan dari orang yang sebelumnya memberi 'likes' juga di postingan mereka. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170406084102-277-2053330/survei-instagram-media-sosial-paling-narsis>

Platform media sosial yang memang dibuat untuk berbagi foto para penggunanya dan didirikan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger pada 6 Oktober 2010 itu mendapat jawaban terbanyak sebagai platform media sosial paling narsis. Di tempat kedua ada Snapchat (15 persen), Twitter (11 persen), dan terakhir Facebook (10 persen). Dalam publikasi surveinya, LendEDU menyebutkan bahwa dunia dalam bingkai media sosial telah berubah dari tujuan awalnya yang sederhana, menghubungkan orang-orang lewat medium online, menjadi lebih kompleks.

"Generasi muda saat ini tidak akan memperlakukan kenapa mereka menggunakan media sosial seperti Instagram, Facebook, Snapchat, atau Twitter, mereka

menggunakannya untuk memenuhi hasrat ego untuk terhubung di era digital, share aktivitas keseharian, dan pencitraan mereka pada publik," ungkap juru bicara LendEDU, seperti dilansir Daily Mail, baru-baru ini. "Pengguna Instagram dipengaruhi oleh satu hal penting, yakni 'likes'." Formulasinya cukup sederhana. Jika Anda mem-posting cukup banyak foto yang 'oke' kemudian sukses mengumpulkan banyak 'like', maka pencapaian di kehidupan nyata bukanlah masalah lagi. Popularitas di media sosial akan menentukan status Anda pada *hierarki sosial*."



Hari ini para pengguna platform media sosial memiliki tujuan yang berbeda-beda, namun bagi kaum milenial alias generasi yang pertama kali berkenalan dengan media sosial, sosial media mulai digunakan sebagai pembentuk citra diri. Sosial media adalah alat yang hebat yang punya kemampuan untuk menciptakan persona yang sama sekali baru, meskipun sesungguhnya tak nyata.

Wacana ini pernah dipelajari oleh psikologis Hazel Markus dan Paula Nurius pada 1986 (hal. 954) silam. Mereka membagi ke-diri-an manusia bisa dibagi menjadi dua, yaitu "now self" (diri sekarang) dan "possible self" (kemungkinan diri). Apa yang disajikan orang-orang di media sosial terutama Instagram seringkali jenis pertunjukan "possible self", jenis yang bisa dikarang seseorang, akan tetapi paling rentan distorsi alias jauh dari aslinya. (Possibles Selves, American Psychologist 41 No.9, 1986. P. 954-69)

Menurut Teori "possible Selves" Hazel dan Paula, setiap diri adalah kumpulan skema atau 'possible selves' yang merepresentasikan ide-ide 'kita bisa menjadi apa', 'kita suka untuk menjadi apa', dan kita mungkin takut untuk menjadi apa'. Mengacu pada contoh yang ada, orang mengevaluasi 'self' terkini mereka mengikuti 'possible selves'. Apa yang mungkin dalam konsep diri membuatnya menjadi dinamis dimana ide kemungkinan untuk menjadi apa yang bisa memberi arah dan motivasi membuat perubahan.

Person dan individu bebas untuk mengcreate berbagai variasi 'possible selves', dimana kumpulan kemungkinan diri ini berasal dari model-model yang disediakan oleh konteks sosial-budaya tertentu. 'kemungkinan diri' dengan demikian mengungkapkan sifat inventif diri, tetapi mereka juga mencerminkan sejauh mana diri ditentukan secara sosial. teori 'kemungkinan diri' menunjukkan bahwa perasaan kita tentang siapa diri kita tidak dapat dipisahkan dari siapa yang kita anggap baik, suatu cita-cita yang berasal dari model dan contoh yang disediakan oleh masyarakat. (Inbar Graiver, Forthcoming in The Journal of Religion, January-2018) diunduh melalui

[https://www.researchgate.net/publication/317036855\\_Possible\\_Selves\\_in\\_Late\\_Antiquity\\_Ideal\\_Selfhood\\_and\\_Embodied\\_Selves\\_in\\_Evagrian\\_Anthropology](https://www.researchgate.net/publication/317036855_Possible_Selves_in_Late_Antiquity_Ideal_Selfhood_and_Embodied_Selves_in_Evagrian_Anthropology)  
tgl. 15 Juni 2019.

Foto merupakan salah satu konten dalam Instagram dimana dengan cara tertentu bisa memberikan pengaruh kepada penikmatnya. Foto yang merupakan hasil dari penggambaran ulang suatu benda, dengan bantuan teknologi digital yang berkembang saat ini mampu menghasilkan foto dengan kualitas yang lebih baik. Data berupa images (gambar-gambar foto) dapat dengan mudah diolah kembali pada media komputerisasi- diubah atau diedit seperti yang diinginkan. Seperti mempertajam gambar, mengubah latar belakang bahkan sampai hal-hal yang detil, didunia maya ini disebut sebagai Simulacra, membuat simulasi atas realita sebagai upaya membuat atau menampilkan citra tertentu.

Selambar foto yang diposting di Instagram bisa memiliki berbagai interpretasi bagi para peminatnya bahkan seolah-olah bisa menjadi cerminan realitas sesungguhnya, padahal justru sedang membuat realitasnya sendiri yaitu realitas baru, yang oleh Baudrillard

disebut dengan hiperrealitas. Apa yang ditampilkan di Instagram berupa foto telah menciptakan hiperrealitas karena telah melampaui realita sesungguhnya melalui proses simulasi, dimana bentuk dari hiperealitas telah membuat realitas yang sesungguhnya kalah dengan realitas buatan yang sengaja dibuat dan direproduksi terus menerus.

Dikatakan Baudrillard bahwa kita sekarang ini hidup dalam satu era yang disebut” era simulasi yang cepat lenyap.” atau zaman dimana keaslian dan dunia kultural yang cepat lenyap. Simulasi merupakan penghilangan yang real dan imajiner, yang “nyata” dengan “yang palsu”. Pertandingan sepak bola yang ditonton lewat TV misalnya, adalah citraan bukan realitas aslinya.

Demikian juga gambar foto yang diposting oleh beberapa selebritis di tanah air melalui akun instagram mereka merupakan citraan yang berusaha menunjukkan bahwa mereka adalah pasangan dan keluarga yang harmonis, dan keharmonisan yang mereka gambarkan melalui dunia virtual





ternyata belum tentu mencerminkan apa yang terjadi dalam dunia realitas. Dengan demikian apa yang terjadi pada masyarakat dunia online yang kemudian disebut virtual community, adalah tampilan dimana semua yang saling berlawanan bisa menyatu dan hadir bersama-sama (membangun/merusak, kebaikan/kejahatan, kebenaran/kepalsuan).

Berikut ini beberapa contoh postingan selebriti di akun Instagram mereka:



Keluarga Gading Marten, Sule dan Atalarik Syah



Gambar-gambar foto di atas merupakan realitas virtual. Dalam dunia seperti sekarang ini banyak dilakukan simulasi dan dibuat bukan lagi menggambarkan realitas atau kenyataan sebenarnya yang menjadi tujuannya tetapi patokannya lebih pada model-model yang didambakan banyak orang atau yang sudah ditentukan oleh masyarakat (Bandrillard, 1987). Foto-foto selebritis yang diunggah di Instagram tersebut menggambarkan sebuah keluarga harmonis dan bahagia yang tentu saja menjadi dambaan semua orang atau yang dicita-

dicitakan oleh masyarakat, gambaran ekspresi yang ditampilkan apakah memang tulus atau hasil setingan kita tidak dapat langsung merasakannya, tapi setelah mengetahui realitanya ternyata keluarga mereka tidak selalu harmonis, bahkan itu adalah sesuatu yang tidak dapat mereka pertahankan dan wujudkan. Para selebritis kita berusaha dan berlomba menampilkan citra diri dan keluarganya melalui postingan foto-foto di akun Instagram mereka. Gambaran keharmonisan mereka di media sosial dinikmati oleh masyarakat yang menjadi follower mereka, gambaran itu kemudian hilang dan pupus bersamaan dengan pemberitaan konflik keluarga mereka.

Ketika apa yang ditampilkan dalam media virtual tidak sesuai dengan realitanya, maka disitulah terjadi simulacra. Foto yang seharusnya merupakan representasi obyek nyata, yaitu keluarga harmonis mengaburkan representasi yang sebenarnya dan menciptakan representasinya sendiri karena kehidupan yang terjadi dalam dunia realitas tidak seperti apa yang tergambar dalam dunia virtual. Ternyata dalam realitasnya mereka memiliki masalah rumah tangga sebagai pasangan suami isteri yang

akhirnya membawa mereka pada perceraian.

## SIMPULAN

Simulacra pada foto yang diposting di akun istagram membentuk sebuah ruang realitas semu yang dianggap oleh orang lain (penikmat foto) sebagai sebuah realitas, sehingga dapat diartikan bahwasanya peminat dan penikmat foto di Instagram terjebak oleh realitas semu.

Apa yang ditampilkan oleh para selebritis melalui postingan foto keluarganya di Instagram telah menciptakan suatu hiperrealitas di dunia maya karena gambaran yang ditampilkan telah melampaui kenyataan yang sesungguhnya dalam kehidupan nyata, karena foto-foto yang ditampilkan merupakan hasil simulasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cavallaro. 2004. *Teori Kritis dan Teori Budaya*. Yogyakarta: Fatah Printika.
- Gunarsa, Singgah D dan Yulia Singgih D. Gunarsa. 1991. *Psikologi Praktis Anak Remaja dan Keluarga*. Jakarta: Gunung Agung.

Kellner, Douglas. 1995. *Budaya Media: Cultural Studies, Identitas, dan Politik; antara Modern dan Postmodern*. Yogyakarta: Jalasutra

Liliweri, Alo. 2014. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.

Lubis, Akhyar Yusuf. 2015. *Pemikiran Kritis Kontemporer : dari Teori Kritis, Cultural*

*Studies, Feminisme, Postkolonial hingga Multikulturalisme*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.

-----, 2014. *Postmodernisme: Teori dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Pustaka.

Tim Penyusun Kamus. 1989. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Departemen Pendidikan dan Kebudayaan