

## **Hiperrealitas Orang Muda di Era Digital dalam Perspektif Jean Baudrillard**

**Blasius Diki Anggoro**

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana  
Email: jembongdiki@gmail.com

**Vincentius Septian Krisnanda**

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

**Yusuf Irawan Arsardi Wijayaputra**

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

**Agilang Aji Prasojo**

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

*Recieved: 09 September 2025; Revised: 08 Oktober 2025; Published: 22 Oktober 2025*

### **Abstract**

This study examines the phenomenon of hyperreality in the lives of young people in Indonesia in the digital era, drawing on the thought of Jean Baudrillard. The rise of social media has created a simulated space in which identity, relationships, and emotions no longer reflect a coherent reality, but are instead constructed through signs, images, and algorithms. In this context, young people are driven to craft digitally polished identities that align with the expectations of the digital marketplace. This research employs a qualitative approach using phenomenological methods and in-depth interviews with eight respondents aged 18–24. The findings reveal that most informants are aware of a discrepancy between their authentic selves and the digital versions they present. This situation gives rise to a crisis of authenticity, dependency on digital validation, and emotional pressure that can lead to fatigue and social anxiety. In some cases, even spiritual values are at risk of being compromised. These findings underscore the relevance of Baudrillard's concepts of simulacra and hyperreality in understanding identity disorientation in the age of social media. Therefore, it is crucial to cultivate critical awareness and self-reflection so that young people can remain authentic individuals amid the dominance of digital images and illusions.

**Keywords:** *Digital; Hyperreality; Simulacra; Youth.*

## Abstrak

Penelitian ini mengkaji fenomena hiperrealitas dalam kehidupan orang muda Indonesia di era digital dengan merujuk pada pemikiran Jean Baudrillard. Perkembangan media sosial telah membentuk ruang simulatif di mana identitas, relasi, dan emosi tidak lagi merefleksikan kenyataan yang utuh, melainkan dikonstruksi melalui tanda, citra, dan algoritma. Dalam konteks ini, orang muda terdorong untuk membentuk identitas digital yang telah dipoles agar sesuai dengan ekspektasi pasar digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologi dan wawancara mendalam terhadap delapan responden berusia 18–24 tahun. Hasilnya menunjukkan bahwa mayoritas informan menyadari adanya perbedaan antara diri mereka yang otentik dengan versi digital yang ditampilkan. Situasi ini menciptakan krisis otentisitas, ketergantungan terhadap validasi digital, dan tekanan emosional yang berujung pada kelelahan serta kecemasan sosial. Bahkan, dalam beberapa kasus, nilai-nilai spiritual pun terancam dikompromikan. Temuan ini menunjukkan bahwa pemikiran Baudrillard tentang simulacra dan hiperrealitas sangat relevan dalam membaca disorientasi identitas di era media sosial. Oleh karena itu, penting dikembangkan kesadaran kritis dan refleksi diri agar orang muda mampu bertahan sebagai pribadi yang otentik di tengah dominasi citra dan ilusi digital.

**Kata Kunci:** Digital; Hiperrealitas; Orang Muda, Simulacra

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah secara drastis mengubah cara individu membentuk dan mempresentasikan identitas dirinya. Di tengah derasnya arus digitalisasi, proses pembentukan identitas tidak lagi berlangsung secara eksklusif melalui interaksi langsung atau pengalaman konkret dalam kehidupan sehari-hari. Sebaliknya, kini identitas lebih banyak dikonstruksi dalam ruang virtual yang didominasi oleh citra, representasi visual, dan penampilan yang dikurasi.

Fenomena ini tampak paling signifikan di kalangan generasi muda, yang sejak usia dini telah hidup dalam ekosistem digital. Data dari laporan *Digital 2025* oleh “*We Are Social*” menunjukkan bahwa saat ini terdapat 5,78 miliar pengguna ponsel, mencakup 70,5% dari populasi global. Sebanyak 87% dari perangkat yang digunakan adalah smartphone, dan 62,8% pengguna mengakses internet untuk mencari informasi, diikuti 60,2% untuk tetap terhubung dengan keluarga dan

teman.<sup>1</sup> Di Indonesia, penggunaan media sosial didominasi oleh kelompok usia 18–34 tahun (54,1%), dengan sedikit lebih banyak perempuan (51,3%) dibanding laki-laki (48,7%). Rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 3 jam 14 menit per hari untuk mengakses media sosial, dan 81% dari mereka mengaksesnya setiap hari. Aktivitas yang dilakukan pun beragam, mulai dari berbagi foto/video (81%), komunikasi (79%), mencari berita dan informasi (73%), hiburan (68%), hingga belanja online (61%). Fakta ini menunjukkan bahwa media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial utama tempat individu, terutama orang muda, dalam membangun dan mempertahankan citra dirinya.

Dalam ruang digital, individu sering kali ter dorong untuk menampilkan versi diri yang dikurasi (*curated self*), yakni representasi diri yang disesuaikan dengan ekspektasi sosial, algoritma media, dan norma estetika visual. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X (sebelumnya Twitter) mendorong lahirnya identitas digital yang selektif, estetis, dan responsif terhadap "like", komentar, dan algoritma.<sup>2</sup> Hal ini menciptakan ambiguitas antara situasi yang real dalam dinamika hidup sehari-hari dengan identitas yang ditampilkan di dalam dunia digital atau dunia maya. Situasi demikian itu menyebabkan orang muda berada di dalam dua realitas yang tidak seimbang yakni dunia real kesehariannya dengan dunia dalam ruang digital yang ditampilkan melalui realitas yang tidak utuh. Situasi ini membawa pada disorientasi antara "siapa saya sebenarnya" dan "siapa saya dalam tampilan digital".

Situasi tampilan yang melampaui apa yang real dalam hidup kesehariannya disebut oleh Jean Baudrillard sebagai hiperealitas.<sup>3</sup> Untuk melihat lebih jauh dinamika kehidupan orang muda saat ini penulis menggunakan teori hiperealitas dari pemikiran Jean Baudrillard sebagai dasar pembahasan. Menurut Baudrillard, dalam masyarakat pascamodern, realitas telah digantikan oleh "*simulacra*", -yang dapat dimaknai sebagai gambar atau simbol yang awalnya meniru kenyataan, tapi lama-lama dianggap sebagai kenyataan itu sendiri. *Simulacra* bertitik tolak dari simulasi. Simulasi menciptakan suatu tatanan dunia yang hipereal atau hiperealitas. Hiperrealitas adalah keadaan di mana yang palsu terlihat lebih nyata daripada kenyataan yang sebenarnya, sehingga kita sulit membedakan mana yang

<sup>1</sup> Reportase, "Digital 2025: The essential guide to the global state of digital," We Are Social, 2025, <https://wearsocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>.

<sup>2</sup> F. Budi Hardiman, *Aku Klik maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital* (Yogyakarta: Kanisius, 2021), 53.

<sup>3</sup> Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis* (Yogyakarta: Kanisius, 2015), 81.

asli dan mana yang palsu. Dalam konteks media sosial, citra diri yang dikonstruksi secara estetis dan algoritmis merupakan bentuk simulakra, yang menggantikan otentisitas eksistensial individu. Baudrillard membagi proses ini ke dalam empat tahap representasi: (1) merepresentasikan realitas; (2) mendistorsi realitas; (3) menyembunyikan bahwa tidak ada realitas; dan (4) memproduksi simulasi sebagai realitas itu sendiri. Identitas digital yang dikurasi dapat dilihat sebagai tahap keempat, di mana diri yang ditampilkan tidak lagi mewakili realitas subjektif, melainkan sebuah performativitas hiperreal.<sup>4</sup>

Berbagai studi menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang yang sangat dominan dalam kehidupan orang muda, mempengaruhi secara signifikan orientasi dan otentisitas kepribadian mereka. Penelitian Antonius Mbukut (2024) berjudul *“Media Sosial dan Orientasi Diri Generasi Muda Indonesia Ditinjau dari Pemikiran Yuval Noah Harari”* mengungkap bahwa pada tahun 2023 terdapat 167 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia—sekitar 60,4% dari total populasi—dengan rata-rata waktu penggunaan harian mencapai 3 jam 18 menit, menempatkan Indonesia pada peringkat ke-10 dunia.<sup>5</sup> Media sosial tidak lagi sekedar alat komunikasi, melainkan telah menjadi kekuatan budaya yang membentuk identitas generasi muda, yang kini lebih banyak dipengaruhi oleh algoritma dan tren dibandingkan dengan kesadaran personal. Remaja cenderung membentuk citra diri berdasarkan validasi digital seperti *like* dan komentar, sehingga kehilangan otonomi dalam menentukan pilihan hidup. Temuan ini sejalan dengan penelitian Achmad Fajri Muttaqien dan rekan-rekannya (2022) yang meneliti pengaruh penggunaan Instagram terhadap pengungkapan diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar. Dengan pendekatan kausal komparatif dan analisis regresi linear sederhana terhadap 90 responden, penelitian tersebut menunjukkan bahwa intensitas penggunaan Instagram memiliki kontribusi sebesar 32,5% terhadap kecenderungan individu untuk mengungkapkan diri di ruang digital.<sup>6</sup> Hal ini memperkuat argumen bahwa media sosial bukan hanya ruang berbagi informasi, tetapi juga arena pembentukan dan pencitraan identitas personal generasi muda.

Tulisan ini mencoba menggali lebih dalam mengenai hiperrealitas yang terjadi di kalangan orang muda pengguna media sosial saat ini. Untuk mencapai

<sup>4</sup> Jean Baudrillard, *Simulacres et simulation, Galilee*, 1957, 16.

<sup>5</sup> Antonius Mbukut, “Media Sosial dan Orientasi Diri Generasi Muda Indonesia Ditinjau dari Pemikiran Yuval Noah Harari,” *Jurnal Filsafat Indonesia* 7, no. 1 (2024): 1–10, <https://doi.org/10.23887/jfi.v7i1.67571>.

<sup>6</sup> Achmad Fajri Muttaqien, Farid Hibatullah, dan Ratna Wulandari, “Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri,” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2, no. 3 (2022): 370–75, <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.396>.

hal tersebut rumusan masalah yang hendak digali yakni: Pertama, bagaimana hiperrealitas media digital membentuk krisis otentisitas dalam kehidupan orang muda? Kedua, sejauh mana dominasi citra digital menggantikan realitas dan menyebabkan keheningan eksistensial? Untuk mendapatkan jawaban atas rumusan masalah tersebut, penelitian ini mencoba menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis untuk menggali pengalaman subjektif orang muda dalam membentuk identitas diri melalui media sosial.

Tulisan ini bertujuan untuk menganalisis situasi yang terjadi di dalam diri orang muda berkaitan dengan penggunaan media sosial yang cukup massif. Tanpa disadari media digital telah membentuk realitas yang semu atau hiperrealitas pada orang muda. Hiperrealitas pada orang muda membentuk orang muda dalam membangun dan memahami identitas diri mereka. Lebih jauh, tulisan ini menelaah dampak dari hiperrealitas terhadap krisis otentisitas dan pembentukan diri. Ketika citra lebih diprioritaskan daripada kedalaman makna eksistensial, maka diri yang terbentuk adalah diri performatif yang hidup dalam bayangan pengakuan eksternal. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada integrasi langsung antara teori hiperrealitas Jean Baudrillard dengan pengalaman subjektif orang muda Indonesia secara langsung. Penelitian ini juga menyajikan refleksi lintas-disiplin dengan implikasi konkret bagi pendidikan, pastoral, dan literasi digital. Penelitian ini tidak hanya mengungkap krisis otentisitas dalam masyarakat simulasi, tetapi juga menawarkan arah transformatif dalam membangun kesadaran kritis dan etika digital.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan yang bersifat reflektif-fenomenologis. Hal ini dipilih karena mampu menggali sumber secara lebih mendalam dari subjek. Metode ini dipilih karena dapat digunakan untuk memaknai setiap dinamika yang dialami oleh orang muda dalam berinteraksi dengan media sosial, terlebih yang berkaitan dengan dinamika pembentukan identitas di dalam media sosial. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk memahami realitas sosial sebagaimana dialami dan dihayati oleh subjek penelitian, bukan sekadar mengukurnya secara kuantitatif. Dengan demikian, yang dikedepankan bukan data statistik, melainkan narasi-narasi yang mengandung makna, nilai, dan refleksi pribadi. Metode kualitatif dipilih karena topik penelitian ini berkaitan erat dengan dinamika batiniah, orientasi diri, dan konstruksi identitas yang bersifat personal dan eksistensial. Teknik pengumpulan data utama dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) secara semi-terstruktur, yang dilakukan secara langsung maupun daring. Pertanyaan wawancara dirancang berdasarkan teori Jean Baudrillard mengenai hiperrealitas dan simulakra, serta konsep otentisitas

diri dalam konteks budaya digital. Penelitian dilakukan kepada delapan orang muda dengan rentang usia 18 tahun sampai dengan 24 tahun, yang dipilih secara acak. Analisis data dilakukan melalui tiga tahap fenomenologis: reduksi, intuisi, dan tematisasi. Pada tahap reduksi, peneliti menangguhkan asumsi awal (*epoché*) untuk fokus pada pengalaman murni informan. Tahap intuisi dilakukan dengan memasuki pengalaman mereka secara empatik, menggali makna terkait persepsi diri, ketegangan antara citra digital dan realitas, serta tekanan eksistensial. Selanjutnya, tematisasi mengidentifikasi tema-tema kunci seperti “pencitraan diri dan validasi”, “kebingungan realitas-hiperrealitas”, dan “krisis otentisitas”. Hasil tematik ini diintegrasikan secara reflektif dengan pemikiran Jean Baudrillard untuk memahami kondisi eksistensial orang muda di era digital

### 3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

#### 3.1. Biografi dan Konsep Pemikiran Jean Baudrillard

Baudrillard, seorang pemikir posmodern terkemuka, mungkin paling dikenal karena konsepnya tentang hiperrealitas. Dia berargumen bahwa pertunjukan sangat penting dalam membentuk pandangan kita terhadap peristiwa - sesuatu tidak terjadi jika tidak dilihat.

Ia menjadi terkenal karena bukunya tahun 1991, *The Gulf War Did Not Take Place*, dan kembali sepuluh tahun kemudian karena menggambarkan serangan 9/11 sebagai “fantasi gelap”. Baudrillard memfokuskan karyanya pada cara kesadaran kita berinteraksi dengan realitas dan fantasi, menciptakan dari keduanya dunia salinan yang ia sebut hiper-realitas. Ia mengatakan bahwa media massa menyebabkan hiper-realitas menjadi kekuatan dominan di dunia saat ini - argumen yang dibawa ke ekstrem provokatif dalam pernyataannya bahwa Perang Teluk 1991 terutama terjadi pada tingkat simbolis. Karena sedikit yang berubah secara politik di Irak setelah konflik, semua kebisingan dan kegaduhan itu tidak berarti apa-apa, katanya.

Dalam esainya *The Spirit of Terrorism: Requiem for the Twin Towers*, dia kembali menimbulkan kontroversi dengan menggambarkan serangan 9/11 sebagai perpaduan antara sejarah, simbolisme, dan fantasi gelap, “ibu dari semua peristiwa”. Meskipun teroris yang melakukan kejahatan tersebut, dia menulis: “Kita lah yang menginginkannya. Terorisme adalah tindakan tidak bermoral, dan ia merespons globalisasi yang sendiri tidak bermoral.”

Lahir di Rheims dalam keluarga petani, ia belajar bahasa Jerman di Sorbonne, kemudian bekerja sebagai guru dan penerjemah. Ia mengajar sosiologi sepanjang tahun 1960-an. Ia adalah penulis yang produktif, menulis lebih dari 50 karya,

termasuk: *Simulacra and Simulation* (1981), *America* (1986), dan *The Spirit of Terrorism: An Requiem for the Twin Towers* (2002).<sup>7</sup>

### 3.1.1. Simulasi dan *Simulacra*

Jean Baudrillard menulis buku yang berjudul *Simulacres et Simulation* (1981) yang membahas tentang salah satu pemikirannya sesuai dengan situasi zaman ini. Pemikiran yang dituangkan di dalam buku tersebut mengemukakan mengenai konsep simulasi dan simulacra. Konsep tersebut hendak menjelaskan bagaimana masyarakat modern saat ini tidak lagi hidup dalam realitas sejati atau real, tetapi hidup dalam konstruksi tanda-tanda yang meniru dan hingga pada akhirnya tanpa disadari konstruksi tanda menggantikan realitas aslinya itu sendiri. Tanda dalam pemikiran Baudrillard bisa merujuk pada suatu gambar-gambar yang ditunjukan di dalam iklan atau unggahan-unggahan yang ditampilkan banyak orang.<sup>8</sup>

Tanda menjadi simulasi ketika ia tidak lagi mewakili realitas, melainkan menciptakan ilusi realitas. Tanda hanya merujuk pada tanda lain yang pada akhirnya membentuk jaringan simulasi. Ia bahkan mengutip Kitab Pengkhottbah untuk menandai absurditas dunia modern yang penuh dengan kesia-siaan dan ilusi; Baudrillard menyebut fenomena ini sebagai simulacra. Simulacra dapat dibagi menjadi 4 tahapan simulacra, yakni: Pertama, *simulacrum* pertama merepresentasikan realitas sebagai cermin. Kedua, *simulacrum* kedua mulai mendistorsi realitas. Ketiga, *simulacrum* ketiga menciptakan realitas pura-pura yang mengklaim sebagai kebenaran. Keempat, *simulacrum* keempat tidak lagi merujuk pada realitas apa pun (*non-referensial*), melainkan berdiri sendiri sebagai *hiperrealitas*.<sup>9</sup>

Dalam konteks digital saat ini, media sosial menjadi ruang utama produksi dan reproduksi *simulacra*. Contohnya adalah penggunaan filter wajah, avatar digital, dan persona media sosial yang dikurasi. Orang muda mempublikasikan momen-momen tertentu seperti liburan, kebahagiaan, atau gaya hidup, namun apa yang disajikan hanyalah citra yang telah dipilih, dipoles, dan dikonstruksi. Ini bukan lagi realitas yang utuh, melainkan tanda kebahagiaan yang terlepas dari kenyataan yang dialami. Semuanya ini terjadi melalui beberapa tahapan yang

<sup>7</sup> Reportase, “French thinker Baudrillard dies,” BBC NEWS | Europe, 2007, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/6425389.stm#:~:text=BBC%20NEWS%20Europe%20French%20thinker%20Baudrillard%20dies&text=French%20sociologist%20and%20philosopher%20Jean,Baudrillard%20his%20concept%20of%20hyper-reality>.

<sup>8</sup> Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, 79.

<sup>9</sup> Baudrillard, *Simulacres et simulation*, 16.

telah disampaikan oleh Baudrillard, tetapi seringkali hal ini tidak disadari sepenuhnya.

Fenomena ini mencerminkan pergeseran dari masyarakat produksi menuju masyarakat konsumtif atas simbolik. Bila Karl Marx memandang kerja sebagai inti eksistensi manusia,<sup>10</sup> Baudrillard melihat bahwa masyarakat kini tidak lagi berorientasi pada produksi atau kebutuhan biologis, melainkan pada konsumsi tanda dan makna. Manusia modern ter dorong untuk mengkonsumsi bukan karena kebutuhan, tapi karena keinginan untuk mendapatkan pengakuan sosial melalui simbol—baik itu merk, gaya hidup, atau tampilan digital.<sup>11</sup> Dalam sistem ini, salah satu contohnya, semisal: kopi Starbucks tidak hanya minuman, tetapi tanda dari gaya hidup urban dan modern, berbeda dari kopi warung kaki lima yang dimaknai sebagai sederhana atau kelas bawah. Konsumsi menjadi bagian dari permainan diferensiasi simbolik.

Dengan demikian, konsumsi beralih menjadi sarana pencitraan eksistensial. Barang dan pengalaman tidak lagi dinilai berdasarkan fungsi, tetapi berdasarkan makna yang dikandungnya sebagai tanda. *Simulacra* bekerja dengan halus, ia menciptakan dunia buatan yang tampak nyata, menjadikan masyarakat secara perlahan tidak lagi dapat membedakan antara realitas dan ilusi. Dalam pandangan Baudrillard, media seperti Disneyland adalah contoh ideal dari *simulacra*, sebuah dunia imajinatif yang disusun untuk menggantikan realitas, namun diterima sebagai realitas itu sendiri. Disneyland menyuguhkan khayalan yang begitu sempurna hingga justru menutupi kenyataan dan mengalihkan perhatian dari dunia yang sebenarnya. Masyarakat yang didominasi simulasi pada akhirnya tidak lagi mencari eksistensi yang otentik, melainkan eksistensi yang tampak. Prinsip hidup bergeser dari *being* ke *appearing*, dari keberadaan menuju tampilan eksistensial maksimal.<sup>12</sup> Inilah inti dari krisis otentisitas yang ditekankan Baudrillard, dimana manusia modern hidup dalam dunia citra dan tanda, bukan dalam kebenaran realitas yang menampilkan keautentikan diri. Mereka tidak

---

<sup>10</sup> Derajat Fitra Marandika, “Keterasingan Manusia menurut Karl Marx,” *Tsaqafah* 14, no. 2 (2018): 229, <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v14i2.2642>.

<sup>11</sup> Andi Asywid Nur, Asika Zahra, dan Melisa Febrianti Sofyan, “Perilaku konsumtif mahasiswa melalui aplikasi TikTok Shop ditinjau dari Perspektif Jean Baudrillard Students’ consumption behaviour through the TikTok shop application from the perspective of Jean Baudrillard,” *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora* 11, no. February (2025): 100–121.

<sup>12</sup> Feriyansyah Feriyansyah dan Supartiningsih Supartiningsih, “Isu-isu Kontemporer Filsafat Sosial dalam Perpektif Aliran Eksistensialis,” *Jurnal Filsafat Indonesia* 7, no. 1 (2024): 24–33, <https://doi.org/10.23887/jfi.v7i1.65130>.

sadar sedang terperangkap dalam jaringan simulasi yang dikira sebagai kenyataan itu sendiri.

### 3.1.2. Realitas dan Hiperrealitas

Jean Baudrillard juga menggagas mengenai *hiperrealitas* (hyperreality). Hiperrealitas adalah suatu kondisi ketika representasi atau citra tidak lagi mencerminkan realitas, tetapi menggantikan realitas itu sendiri.<sup>13</sup> Dunia tidak lagi dipahami melalui pengalaman langsung atau hubungan dengan kenyataan, melainkan melalui tanda-tanda, simbol, dan citra yang terus diproduksi oleh media dan teknologi. Dalam kondisi ini, batas antara yang nyata dan yang semu menjadi kabur, yang palsu bisa tampil lebih meyakinkan daripada kenyataan itu sendiri. Era digital mempercepat dan memperluas proses ini. Dunia maya, khususnya media sosial, telah menjadi medan utama bagi terjadinya hiperrealitas. Representasi digital yang dihadirkan melalui foto, video, status, emoji, dan sebagainya tidak hanya menjadi medium komunikasi, tetapi juga menjadi pengganti pengalaman hidup.<sup>14</sup> Fenomena *simulacra* yang sebelumnya masih menyisakan jejak realitas kini menjelma menjadi *hiperrealitas* yang sepenuhnya menutupi realitas.<sup>15</sup>

Dalam hiperrealitas, ilusi menjadi lebih kredibel daripada kenyataan. Fakta tidak lagi diakses secara langsung, melainkan dikemas, diedit, dan disusun seperti sebuah pertunjukan. Kebohongan dapat dirancang agar tampak seperti kebenaran, sementara kebenaran dapat tampak membosankan atau bahkan tidak dipercaya karena tidak cukup “laku” dalam logika estetika digital. Inilah tantangan besar bagi otentisitas manusia modern. Di bawah dominasi sistem tanda dan citra, manusia tidak lagi hidup berdasarkan apa yang benar-benar mereka alami, pikirkan, atau rasakan, melainkan berdasar pada apa yang tampak menarik, dapat dibagikan, dan mendapatkan pengakuan sosial. Momen-momen penting dalam hidup seperti kelulusan, pernikahan, perjalanan, atau pencapaian pribadi seringkali tidak didokumentasikan secara apa adanya, tetapi direkayasa secara naratif dan visual agar tampak lebih menarik, inspiratif, atau mengesankan.

Akibatnya, manusia lebih terlibat dalam produksi citra daripada dalam pengalaman otentik. Mereka hidup bukan untuk “menjadi” melainkan untuk “tampak menjadi”. Media sosial mendorong mereka untuk menampilkan diri yang telah dikurasi dan dipoles, bukan sebagai ekspresi diri sejati, tetapi sebagai konstruksi eksistensial yang diharapkan mendapat pengakuan dari orang lain.

<sup>13</sup> Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, 80.

<sup>14</sup> Jean Baudrillard, *Symbolic Exchange and Death Theory, Culture & Society* (London: SAGE Publicatoins, 1993), 12.

<sup>15</sup> Baudrillard, *Simulacres et simulation*, 17.

Dengan demikian, dunia digital tidak lagi menjadi jendela menuju kenyataan, tetapi menjadi cermin buram yang memantulkan citra semu. Sehingga saat ini hiperrealitas dapat dimaknai sebagai kondisi dimana manusia mengalami ketersesatan dalam suatu jejaring ilusi eksistensi, manusia hidup di dalam dunia gambar dan bukan pada pengalaman konkret, dalam balutan efek dan bukan kebermaknaan.

*Simulacra* dapat dimaknai sebagai suatu bentuk representasi yang tidak merujuk pada referensi realitas yang nyata atau suatu produksi tanda yang telah menggantikan realitas itu, bukan lagi mewakilkan realitas itu, tetapi telah menggantikannya. Sedangkan Hiperrealitas adalah realitas baru yang tercipta karena susunan dari tanda-tanda yang ada dalam simulasi. Realitas dalam konteks hiperrealitas tidak lagi mampu dibedakan dari realitas aslinya. Seakan menunjukkan kesempurnaan, tetapi itu hanya dalam tataran bungkus. Mereka yang berada dalam dunia hiperealitas percaya bahwa apa yang ada dalam dunia digital adalah suatu realitas yang nyata.

### 3.2. Fenomena Hiperrealitas pada Orang Muda

Orang muda dalam berbagai riset yang telah dipublikasikan menunjukkan adanya kecenderungan memiliki ketergantungan yang cukup tinggi akan media sosial. Ruang digital bagi orang muda saat ini telah menjadi suatu ruang sosial yang utama. Situasi ini memunculkan adanya fenomena yang disebut dengan hiperrealitas. Fenomena hiperrealitas dalam kalangan orang muda telah menyebabkan adanya perubahan fungsi tanda dalam dunia digital, utamanya media sosial. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi dan hiburan, tetapi telah membentuk realitas alternatif tempat identitas dikonstruksi, relasi dibangun, dan nilai diri dinegosiasikan.

Dalam kerangka pemikiran Jean Baudrillard, hal yang tampak di dalam ruang digital, utamanya media sosial bukanlah suatu representasi atau yang mewakili sesuatu yang nyata. Namun, hal itu telah berbuah menjadi suatu citra yang meniru suatu yang real tetapi tidak merujuk pada suatu realitas yang konkret, inilah yang disebutnya sebagai simulasi.<sup>16</sup> Terciptanya simulasi dalam tatanan digital mendorong pada *hiperrealitas* (*hyperreality*). Hiperrealitas adalah suatu kondisi ketika representasi atau citra tidak lagi mencerminkan realitas, tetapi menggantikan realitas itu sendiri. Hasil wawancara terhadap sembilan informan muda menunjukkan bahwa sebagian besar dari mereka, secara sadar maupun tidak, hidup dalam irama hiperrealitas ini.

---

<sup>16</sup> Baudrillard, 19.

Hasil dari wawancara, menunjukkan bahwa sebagian besar responden (7 dari 8 orang) menyatakan bahwa mereka menampilkan diri yang berbeda dalam dunia digital, berbeda dengan realitas hidup mereka di dunia nyata keseharian, dengan penekanan pada versi yang lebih ditata, lebih baik, atau lebih bisa diterima secara sosial. Ada sebuah tantangan ketika mereka mencoba tampil otentik di media sosial, mereka menyadari bahwa situasi yang menjadikan diri mereka tidak otentik yakni respon masyarakat dunia digital yang akan cenderung menilai negatif, mereka juga menyadari bahwa identitas dalam dunia digital menjadi citra yang dikonstruksi agar sesuai dengan ekspektasi visual dan algoritmik platform. Seluruh responden mengakui pernah melihat perbedaan mencolok antara persona digital dan kepribadian nyata orang lain, serta mengalami perasaan tertinggal (FOMO) akibat paparan pencapaian orang lain di media sosial. Validasi digital (likes, views, komentar) pun diakui oleh 7 dari 8 orang responden sebagai sesuatu yang berpengaruh terhadap rasa percaya diri, meski beberapa mencoba menjaga jarak dari ketergantungan berlebihan.

Hasil ini menunjukkan bahwa orang muda di berbagai tempat cenderung mengalami hiperrealitas, seperti yang digagas oleh Baudrillard. Orang muda saat ini telah hidup dalam sistem simulasi dimana realitas digantikan oleh citra dalam dunia digital. Identitas diri, relasi, eksistensi hidup bergeser dari suatu nilai yang tumbuh dari realitas nyata keseharian berganti menuju konstruksi digital yang disesuaikan dengan kebutuhan pasar. Dunia digital, utamanya media sosial menciptakan bentuk representasi yang tidak hanya menutupi suatu realitas aslinya tetapi juga telah menyingkirkan realitas aslinya.<sup>17</sup> Situasi ini menjadikan pribadi yang terjebak di dalam dunia digital berada dalam suatu rasa eksistensi yang dikukuhkan bukan oleh keberadaan otentik, melainkan oleh simbol-simbol keterlihatan dan pengakuan digital.

### 3.2.1. Diri yang Dipalsukan: Identitas dalam Cermin Digital

Orang muda menjadi salah satu kelompok pengguna yang cukup aktif di dalam dunia digital. Hal ini terjadi karena mereka secara tidak sadar didorong untuk terus menggunakan gawai, untuk melekatkan diri pada dunia digita. Situasi ini memberi pengaruh yang cukup besar dalam citra diri mereka. Citra diri yang mereka tampilkan di dalam dunia digital tidak lagi sekedar refleksi diri mereka yang utuh dan autentik, tetapi telah dikonstruksi atau ditata sesuai dengan situasi masyarakat digital. Platform seperti TikTok dan Instagram memberi ruang bagi

---

<sup>17</sup> Elly Komala, "Media Sosial Sebagai Sebuah Ruang Hiperealitas," *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2018): 1, <https://doi.org/10.23969/linimasa.v1i2.1077>.

bagi orang muda untuk membentuk identitas sosial mereka melalui unggahan visual, narasi personal, dan interaksi digital.<sup>18</sup>

Citra diri seringkali dikurasi secara strategis untuk memenuhi ekspektasi estetika dan sosial, menciptakan jarak antara siapa seseorang sebenarnya dengan siapa yang mereka tampilkan secara daring. Ketika seseorang terus-menerus tampil bukan sebagai dirinya yang otentik, melainkan sebagai citra yang disukai, dihargai, atau ditiru, maka yang terjadi adalah krisis otentisitas. Identitas bukan lagi cermin dari kedalaman pribadi, melainkan bayangan yang dipoloskan algoritma dan ekspektasi sosial.<sup>19</sup> Dalam dunia yang didominasi oleh estetika digital dan pencitraan, tantangan terbesarnya adalah: bagaimana tetap menjadi diri sendiri ketika semua orang sibuk memalsukannya.

Dalam pemikiran filsafat eksistensial, terutama menurut Søren Kierkegaard, otentisitas berarti usaha untuk menjadi diri sendiri yang utuh dan sejati, bukan terjebak dalam kerumunan pasar atau keriuhan ilusi sosial. Kierkegaard menyatakan pentingnya menjadi diri sendiri "*The self is a relation which relates itself to itself.*" Artinya bahwa, manusia diundang untuk menjadi dirinya sendiri, tidak terbatas sebagai pemikir diri. Dalam pemikiran Kierkegaard, untuk mencapai pribadi yang otentik memang diperlukan usaha untuk mencapai pada tahap religius. Tahap religius dalam pemikirannya berarti menyerahkan diri secara penuh kepada kehendak Tuhan, serta menerima paradoks iman.<sup>20</sup>

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, ditemukan bahwa banyak dari responden menyadari bahwa mereka dengan sadar merasa hidup diatur oleh masyarakat digital. Artinya bahwa di dalam dunia digital mereka dituntut untuk menampilkan versi diri mereka yang berbeda dibandingkan di dalam realitas kehidupan keseharian. Mereka yang aktif di dalam media sosial seringkali menampilkan atau hadir dalam suatu identitas diri yang telah dipoloskan, dikurasi dan disesuaikan dengan apa yang dikehendaki masyarakat digital. Media sosial, dalam hal ini, menjadi "cermin digital" yang tidak merefleksikan realitas, tetapi membentuk ilusi tentang siapa mereka seharusnya menjadi.<sup>21</sup> Hal ini dapat disimak dari beberapa ungkapan yang dilontarkan:

<sup>18</sup> Sri Widiani, "Generasi Z Dalam Memanfaatkan Media Sosial," *Kaisa: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 2, no. 1 (2023): 1–9, <https://doi.org/10.56633/kaisa.v2i1.497>.

<sup>19</sup> Mursyidah Dianti Thohirah, Haerani Nur, dan Muh Daud, "@ RealMe dan Dualitas Identitas Digital pada Remaja : Pengaruh Second Account sebagai Ruang Aman Ekspresi Diri di Media Sosial," *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial* 2, no. April (2025).

<sup>20</sup> Feriyansyah dan Supartiningsih, "Isu-isu Kontemporer Filsafat Sosial dalam Perpektif Aliran Eksistensialis."

<sup>21</sup> Baudrillard, *Simulacres et simulation*, 16.

*“Dalam kehidupan sehari-hari, aku lebih spontan dan apa adanya... Tapi di dunia digital, aku merasa harus ‘merapikan’ diri—baik dari cara berbicara, berpakaian, sampai hal-hal yang diposting. Rasanya ada semacam ‘skrip’ yang harus diikuti agar diterima atau dianggap keren.” (Gp, 22 tahun)*

*“Aku pribadi cenderung menampilkan diri yang sama, tapi tetap ada perbedaan. Di media sosial aku lebih berhati-hati... Aku tetap berusaha mengatur ‘volume’ dan ‘filter’ berbeda tergantung konteksnya. Memilih beberapa unggahan yang dirasa baik dan diminati banyak orang” (Dmr, 18 tahun)*

*“Memang aku menyadari bahwa di dunia digital, aku kadang lebih menonjolkan sisi-sisi yang lebih ‘duniawi’, dalam arti lebih fokus pada hal-hal yang menarik secara visual atau bersifat hiburan. Mungkin itu karena aku tahu bahwa apa yang menarik perhatian orang di media sosial biasanya adalah sesuatu yang catchy, menyenangkan, dan bisa dengan cepat dikonsumsi.” (Pl, 23 tahun)*

*“Kalau di dunia digital, terkadang aku menyeleksi foto, caption, atau konten yang akan kuunggah. Perbedaan pasti ada karena di dunia digital aku bisa mengedit agar terlihat keren atau menarik. Kalau dilihat dari sejauh mana perbedaannya, mungkin bisa dibilang versi digitalku adalah versi yang ‘ditata’ dari diriku yang sebenarnya.” (Pnt, 22 tahun)*

Usaha dari orang muda untuk menata dirinya sedemikian rupa, sesuai dengan apa yang diharapkan pasar digital pada akhirnya menunjukkan bahwa media sosial membentuk simulacra identitas, dimana individu berusaha menampilkan citra diri yang ideal dalam ketentuan masyarakat pasar digital. Situasi ini pada akhirnya mendorong seseorang untuk terus memacu dirinya tampil sesuai dengan kehendak pasar digital dan bukan mengusahakan menunjukkan diri yang autentik. Kecenderungan untuk terus menampilkan citra yang ditata, dapat menyebabkan kelelahan untuk mempertahankan citra diri yang diharapkan pasar digital.<sup>22</sup> Beberapa responden menyatakan adanya beban menjadi diri yang otentik karena khawatir tidak sesuai standar atau tidak mendapatkan validasi yang cukup. Seperti yang terungkap di bawah ini:

*“Menjadi otentik di media sosial itu rasanya seperti berjalan tanpa filter, padahal platform-nya sendiri penuh dengan standar visual dan tren tertentu.” (Gp, 22 tahun)*

Hal serupa juga dirasakan oleh On, seorang responden dengan latar religius:

---

<sup>22</sup> ralph Adolph, “Kelelahan Digital Di Era Media Sosial: Studi Tentang Kelelahan Informasi, Kecemasan, Dan Fear Of Missing Out (FOMO),” *Jurnal Online Manajemen ELPEI (JOMEL)* 5 (2025).

*“Terkadang saya merasa terbebani... apalagi ketika nilai-nilai yang saya pegang tidak populer atau berbeda dengan tren.” (On, 24 tahun)*

Pnt juga mengungkapkan tekanan tersembunyi meskipun ia berusaha santai:

*“Kadang aku mikir, ‘apa orang lain bakal suka atau nggak ya?’ atau ‘jangan-jangan orang nge-judge aku’. Tapi, seiring waktu, aku lebih pilih jadi diri sendiri aja, biar nggak ribet.” (Pnt, 23 tahun)*

Sementara itu, Pl menyadari bahwa meskipun ia merasa bebas, ada batas-batas tak kasat mata yang membuat ia menyesuaikan diri secara tidak langsung:

*“Ada kalanya aku merasa terbebani, tapi lebih sering tidak. Bebannya mungkin datang saat aku berpikir apakah apa yang kutampilkan akan disalahpahami atau menimbulkan respons negatif.” (Pl, 23 tahun)*

Bahkan Dmr yang cenderung tampil apa adanya pun mengakui bahwa ia tetap harus “mengatur volume dan filter” saat berinteraksi di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun seseorang berusaha otentik, tetapi ada proses kurasi yang tak terhindarkan dalam dunia digital yang penuh ekspektasi sosial.

*“Aku sadar bahwa jejak digital itu bisa terekam selamanya, jadi sebelum mengunggah sesuatu, aku biasanya berpikir dua kali.” (Dmr, 18 tahun)*

Dari beberapa hasil wawancara tersebut, sangat tampak bahwa peran dari dunia digital tidak hanya mendorong orang muda untuk masuk dalam suatu citra diri yang tidak real akan diri mereka tetapi juga menjadi suatu medan pergumulan untuk menjadi pribadi yang seperti apa dirinya, pertarungan antara kebutuhan akan kejujuran dan ketakutan akan penilaian sosial. Situasi ini tanpa disadari akan menjadikan mereka terperangkap dalam identitas yang harus terus dikendalikan, ditata, dan disesuaikan demi diterima.

Kelegaan dan kegembiraan dari orang muda barangkali tidak lagi diperoleh dari suatu realitas konkret atas pencapaian prestasi, tetapi berubah hanya dengan like, komentar dan views telah menjadi tempat terciptanya sumber kegembiraan dan kelegaan. *Likes*, komentar, dan *views* telah menjadi tolak ukur akan kebahagiaan dan bentuk pengungkapan eksistensi diri yang autentik. Fenomena ini mencerminkan salah satu gagasan utama Jean Baudrillard: dalam dunia hiperrealitas, nilai tidak lagi ditentukan oleh substansi, melainkan oleh tanda.<sup>23</sup> Dalam konteks ini, tanda-tanda digital seperti jumlah *likes* atau jumlah pengikut di media sosial menjadi pengganti dari realitas aktual, menciptakan ilusi akan nilai diri yang tampak nyata tetapi kosong dari kedalaman substansial. Beberapa

---

<sup>23</sup> Baudrillard, *Simulacres et simulation*, 20.

informan menyuarakan refleksi kritis atas kecenderungan ini. Seperti yang diungkapkan:

*“Aku sadar, pengakuan di medsos cuma sementara, yang penting aku nyaman sama diriku sendiri. Tapi tetap aja, rasanya senang kalau ada yang kasih like.” (Pnt, 23 tahun)*

*“Kadang itu jadi semacam ukuran: kalau banyak like, berarti aku ‘berarti’. Kalau tidak, aku mulai bertanya-tanya: ‘Apakah aku kurang menarik? Kurang lucu? Kurang penting?’” (Gp, 22 tahun)*

*“Pengakuan seperti likes dan komentar bisa menjadi semacam indikator sosial yang membantu kita tahu apakah apa yang kita bagikan diterima dengan baik atau tidak.” (Pl, 23 tahun)*

Sementara Dmr (18) menyampaikan bahwa:

*“Rasanya menyenangkan saat postingan kita mendapat tanggapan positif. Tapi aku sadar, hal itu tidak bisa dijadikan satu-satunya tolok ukur untuk menilai siapa diriku sebenarnya.”*

Berdasarkan hasil dari wawancara, dapat disimpulkan bahwa media digital menciptakan ruang bagi terbentuknya identitas yang tidak lagi hadir secara alamiah, tetapi dikonstruksi melalui seleksi citra, narasi, dan tanda-tanda penerimaan sosial. Orang muda, dalam usahanya untuk mendapatkan tempat dalam masyarakat digital, cenderung memilih dan mengatur tampilan dirinya agar sesuai dengan ekspektasi yang berlaku—baik secara estetis maupun sosial. Mereka telah menghadirkan citra diri yang diharapkan oleh pasar digital, tidak lagi timbul dari keotentikan diri mereka. Hal ini melahirkan apa yang dapat disebut sebagai “diri yang dipalsukan”: sebuah identitas simulatif yang hanya tampak benar karena diterima dan disukai, meskipun jauh dari kenyataan diri yang utuh.

Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak sekadar menjadi alat ekspresi, tetapi juga sistem yang membentuk dan mengarahkan siapa seseorang seharusnya terlihat. Krisis identitas berpotensi terjadi apabila citra diri ditentukan oleh validasi publik daripada nilai diri. Tidak jarang orang muda terperangkap dalam tekanan untuk tampil ideal dan diterima. Alhasil validasi tersebut menuntut mereka memalsukan sebagian dari dirinya. Dalam dunia yang kian menekankan performa visual dan validasi cepat, tantangan terbesar adalah tetap menjadi diri sendiri ketika semua sistem justru mendorong untuk menjadi orang lain.

### **3.2.2. Realitas yang Tertukar:**

Pasar digital telah mendorong manusia untuk bergeser dalam cara berelasi dan mengekspresikan kehidupan emosionalnya. Komunikasi dan interaksi yang diwujudkan secara langsung dengan perjumpaan fisik dan percakapan secara langsung saat ini telah digantikan oleh *notifikasi*, *emoji*, dan *story views*.<sup>24</sup> Seperti yang dituliskan dalam buku “Aku Klik maka Aku Ada.”<sup>25</sup> Bentuk komunikasi semacam ini telah menjadi suatu hal yang digandrungi masyarakat, terutama bagi kalangan orang muda. Bentuk komunikasi menggunakan tanda ini semakin masif, dipandang sebagai bentuk komunikasi yang menarik, efisien dan instan. Namun, barangkali dari sekian banyak orang menggunakan tanda-tanda itu untuk komunikasi mereka tidak menyadari bahwa komunikasi ini cenderung bersifat dangkal dan tidak menciptakan kedekatan emosional yang sejati.

Situasi masyarakat yang mulai cenderung beralih dan merasa nyaman menggunakan tanda-tanda sebagai bentuk komunikasi. Dalam kajian pemikiran Baudrillard, fenomena tersebut sebagai hiperrealitas. Hiperrealitas dapat dipahami sebagai suatu realitas asli yang telah tergantikan oleh tanda dan citra, yang menjadikan tanda aslinya menjadi kabur dan tidak lagi dipandang relevan.<sup>26</sup> Dalam konteks situasi saat ini, dunia digital telah membentuk realitas yang disimulasikan, di mana hubungan interpersonal tidak lagi mencerminkan kedekatan sejati, kedalaman emosional, melainkan penampilan yang disesuaikan dengan pasar digital yang harus dipertahankan di ruang publik digital. Realitas yang terbangun di dalam ruang digital tidak lagi mendasarkan pada kebenaran fakta yang terjadi, tetapi pada simbol-simbol dan tanda yang diproduksi dan dikonsumsi yang mencoba memberikan makna yang seakan sesuai dengan realitas kehidupan, padahal hal itu tidak mengungkapkan secara penuh, bahkan menjadi suatu bentuk pengungkapan yang bias.<sup>27</sup> Hal ini sejalan dengan kesaksian:

*“Kadang aku lebih sibuk membagikan momen daripada benar-benar menjalaninya.” (B, 20 tahun).*

*“Kalau di dunia digital, aku bisa mengedit agar terlihat keren atau menarik... Tapi aku sadar, versi digitalku adalah versi yang ditata.” (Pnt, 22thun).*

---

<sup>24</sup> Baudrillard, 18.

<sup>25</sup> Hardiman, *Aku Klik maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital*, 53.

<sup>26</sup> Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, 80.

<sup>27</sup> Yanti Dwi Astuti, “Simulation of Social Reality Through New Media Study on Yogyakarta Students Smartphones Users (Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone),” *Jurnal Pekommas* 2, no. 1 (2017): 75, <https://doi.org/10.30818/jpkm.2017.2020108>.

Banyak responden menyadari bahwa kehidupan sosial di media sosial hanyalah *highlight reel*—serangkaian momen terbaik yang diseleksi untuk ditampilkan di dalam pasar digital; demi membangun citra, mengatakan:

*“Ada teman yang di Instagram kelihatan super ceria, hidupnya glamor... Tapi waktu ketemu langsung, dia cerita soal tekanan dari keluarga, burnout kerja, dan rasa cemas yang parah.”* (Gp, 22 tahun)

*“Aku paham bahwa media sosial sering kali hanya menampilkan ‘highlight reel’—momen-momen terbaik dari hidup seseorang.”* (Dmr, 18 tahun)

Usaha untuk menampilkan citra diri yang dikehendaki oleh pasar digital dapat memberikan dampak pada psikologis. Situasi ini dapat cerita ketika tekanan pasar digital tidak lagi mampu diwujudkan oleh individu, maka akan timbul sebuah rasa sakit, minder, dan bahkan *Fear of Missing Out (FOMO)*. Interaksi langsung yang terjadi di kalangan orang muda pada akhirnya menjadi suatu perjumpaan yang tidak akan memiliki makna, sebab mereka membangun dan menilai relasi sosial berdasarkan representasi di dalam ruang digital. Hal ini menyebabkan terjadinya tekanan untuk selalu hadir dan tampil secara ideal atau sesuai dengan kehendak pasar digital.<sup>28</sup> Sehingga menjadi suatu yang dapat dipahami mengapa penggunaan gawai di Indonesia dan di kalangan orang muda cukup masif dan intens. Di dalam wawancara terlontar ungkapan yang menunjukkan adanya kecenderungan untuk FOMO:

*“Rasanya seperti ada lomba tak terlihat yang harus dikejar. Aku jadi sulit menikmati proses hidupku sendiri, karena terus membandingkan dengan pencapaian orang lain.”* (Gp, 22 tahun)

Kebutuhan untuk mendapatkan validasi atau pengakuan dari pasar digital yang cukup besar menimbulkan kelelahan emosional (*emotional burnout*) pada orang muda. Hal ini dapat terjadi karena individu ditekan dalam suatu ketidak sadarannya untuk terus memproduksi konten agar tetap tampak aktif, tampak relevan dengan situasi pasar digital. Media sosial tidak lagi menjadi ruang ekspresi, melainkan perlombaan citra.<sup>29</sup> Hal ini diperparah ketika bahkan nilai-nilai spiritual dan personal dikompromikan demi tampil menarik.

<sup>28</sup> Adinda Tri Puji Maheswari, Bagas Narendra Parahita, dan Danang Purwanto, “Hiperealitas Pada Media Sosial Instagram Dalam Merepresentasikan Relasi Sosial Pertemanan Generasi Z,” *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 8, no. 3 (2023): 398–415, <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.84>.

<sup>29</sup> Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, dan Nur Riswandy Marsuki, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja di Indonesia,” *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 2, no. 1 (2024): 46–52, <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.830>.

On (24 tahun), seorang responden dengan latar belakang religius, mengungkapkan:

*“Terkadang saya merasa terbebani... apalagi ketika nilai-nilai yang saya pegang tidak populer atau berbeda dengan tren. Tapi saya percaya bahwa menjadi pribadi yang tulus adalah bagian dari tanggung jawab sebagai pribadi yang dipilih Allah.”*

Dunia digital saat ini telah menciptakan kehidupan emosional dan sosial yang tidak lagi terletak pada kenyataan, melainkan pada bayangan realitas yang terus disimulasi. Relasi menjadi komoditas, keintiman menjadi tontonan, dan eksistensi dinilai dari *likes*, bukan dari kehadiran.<sup>30</sup> Inilah kenyataan yang tertukar. Dimana faktor emosional dan spiritual dari relasi yang hadir secara langsung, intim dan hadir secara autentik telah berubah menjadi suatu citra dan simulasi yang tampak nyata di dalam dunia digital. Kehidupan sosial di media sosial menjadi serangkaian *highlight reel* yang menampilkan versi terbaik diri, bukan keseluruhan hidup yang otentik dan rapuh. Relasi pun berubah menjadi performa visual, sementara keintiman tergantikan oleh reaksi cepat seperti *likes*, emoji, dan views. Akibatnya, komunikasi menjadi dangkal, relasi kehilangan makna, dan ekspresi emosional kehilangan kedalaman.

#### 4. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa kehidupan digital orang muda saat ini telah melampaui fungsi komunikasi dan hiburan. Media sosial membentuk ruang hiperrealitas, di mana citra dan representasi menggantikan realitas yang sejati. Identitas diri dibentuk melalui seleksi citra, estetika visual, dan kebutuhan akan validasi publik, bukan lagi melalui refleksi personal atau pengalaman langsung. Dalam dunia yang dikendalikan oleh algoritma dan ekspektasi sosial digital, orang muda cenderung tampil bukan sebagai dirinya yang otentik, melainkan sebagai versi yang dipoles demi diterima.

Pemikiran Jean Baudrillard tentang simulasi dan hiperrealitas terbukti relevan dalam membaca krisis otentisitas dan disorientasi eksistensial yang dialami generasi muda. Identitas yang ditampilkan secara digital menjadi semacam *simulacrum*, yaitu tanda yang tidak lagi merujuk pada realitas apa pun, melainkan berdiri sendiri sebagai realitas semu. Hal ini mengarah pada kelelahan emosional, ketergantungan terhadap pengakuan digital, bahkan kompromi terhadap nilai-nilai spiritual. Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran kritis

---

<sup>30</sup> Amelia Nugraeni, “Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda,” *Jurnal Inovasi dan Tren* 2, no. 1 (2024): 142–47.

terhadap realitas digital dan upaya reflektif untuk menumbuhkan identitas yang otentik, merdeka, dan manusiawi di tengah gempuran citra dan performa.

## 5. Kepustakaan

- Adolph, Ralph. "Kelelahan Digital Di Era Media Sosial: Studi Tentang Kelebihan Informasi, Kecemasan, Dan Fear Of Missing Out (FOMO)." *Jurnal Online Manajemen ELPEI (JOMEL)* 5 (2025).
- Astuti, Yanti Dwi. "Simulation of Social Reality Through New Media Study on Yogyakarta Students Smartphones Users (Simulasi Realitas Sosial Melalui New Media Studi pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna Smartphone)." *Journal Pekommas* 2, no. 1 (2017): 75. <https://doi.org/10.30818/jpm.2017.2020108>.
- Baudrillard, Jean. *Simulacres et simulation. Galilee*, 1957.
- . *Symbolic Exchange and Death Theory, Culture & Society*. London: SAGE Publicatoins, 1993.
- Egi Regita, Nabilah Luthfiyyah, dan Nur Riswandy Marsuki. "Pengaruh Media Sosial Terhadap Persepsi Diri dan Pembentukan Identitas Remaja di Indonesia." *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum* 2, no. 1 (2024): 46–52. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.830>.
- Feriyansyah, Feriyan syah, dan Supartining sih Supartining sih. "Isu-isu Kontemporer Filsafat Sosial dalam Perpektif Aliran Eksistensialis." *Jurnal Filsafat Indonesia* 7, no. 1 (2024): 24–33. <https://doi.org/10.23887/jfi.v7i1.65130>.
- Hardiman, F. Budi. *Aku Klik maka Aku Ada: Manusia dalam Revolusi Digital*. Yogyakarta: Kanisius, 2021.
- Haryatmoko. *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*. Yogyakarta: Kanisius, 2015.
- Komala, Elly. "Media Sosial Sebagai Sebuah Ruang Hiperealitas." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2018): 1. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v1i2.1077>.
- Maheswari, Adinda Tri Puji, Bagas Narendra Parahita, dan Danang Purwanto. "Hiperealitas Pada Media Sosial Instagram Dalam Merepresentasikan Relasi Sosial Pertemanan Generasi Z." *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi* 8, no. 3 (2023): 398–415. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.84>.
- Marandika, Derajat Fitra. "Keterasingan Manusia menurut Karl Marx." *Tsaqafah* 14, no. 2 (2018): 229. <https://doi.org/10.21111/tsaqafah.v14i2.2642>.
- Mbukut, Antonius. "Media Sosial dan Orientasi Diri Generasi Muda Indonesia Ditanjau dari Pemikiran Yuval Noah Harari." *Jurnal Filsafat Indonesia* 7,

- no. 1 (2024): 1–10. <https://doi.org/10.23887/jfi.v7i1.67571>.
- Muttaqien, Achmad Fajri, Farid Hibatullah, dan Ratna Wulandari. “Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Pengungkapan Diri.” *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial* 2, no. 3 (2022): 370–75. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v2i3.396>.
- Nugraeni, Amelia. “Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial Anak Muda.” *Jurnal Inovasi dan Tren* 2, no. 1 (2024): 142–47.
- Nur, Andi Asywid, Asika Zahra, dan Melisa Febrianti Sofyan. “Perilaku konsumtif mahasiswa melalui aplikasi TikTok Shop ditinjau dari Perspektif Jean Baudrillard Students’ consumption behaviour through the TikTok shop application from the perspective of Jean Baudrillard.” *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora* 11, no. February (2025): 100–121.
- Reportase. “Digital 2025: The essential guide to the global state of digital.” We Are Social, 2025. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>.
- \_\_\_\_\_. “French thinker Baudrillard dies.” BBC NEWS | Europe, 2007. <http://news.bbc.co.uk/2/hi/europe/6425389.stm#:~:text=BBC%20NEWS%20Europe%20French%20thinker%20Baudrillard%20dies&text=French%20sociologist%20and%20philosopher%20Jean,his%20concept%20of%20hyper-reality> ..
- Thohirah, Mursyidah Dianti, Haerani Nur, dan Muh Daud. “@ RealMe dan Dualitas Identitas Digital pada Remaja : Pengaruh Second Account sebagai Ruang Aman Ekspresi Diri di Media Sosial.” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-ilmu Sosial* 2, no. April (2025).
- Widiani, Sri. “Generasi Z Dalam Memanfaatkan Media Sosial.” *Kaisa: Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran* 2, no. 1 (2023): 1–9. <https://doi.org/10.56633/kaisa.v2i1.497>.

### Lampiran Pertanyaan Wawancara:

1. Bagaimana kamu menampilkan dirimu di dalam kehidupan sehari-hari dan di dalam dunia digital? Apa perbedaannya? Kalau ada, sejauh mana kira-kira perbedaan itu? Bisa dikatakan lebih nyaman hidup yang mana?
2. Merasa terbebani nggak ketika kamu menampilkan dirimu yang otentik/asli di media sosial?
3. Pernah nggak melihat tampilan orang lain di sosmed berbeda dengan tampilan di dalam kehidupan aslinya? Apa reaksimu?
4. Pernahkah kamu merasa harus “mengejar ketertinggalan” karena melihat kehidupan orang lain di media sosial? Bagaimana perasaan itu memengaruhi caramu menjalani hidup sehari-hari?

5. Menurutmu, seberapa penting pengakuan (likes, komentar, views) di media sosial dalam membentuk rasa percaya dirimu atau nilai dirimu sebagai pribadi?
6. Apakah kamu pernah melakukan sesuatu hanya agar tidak merasa tertinggal dari teman-temanmu di media sosial? Bisa disebut contoh tindakan FOMO-mu?