

Hiperrealitas Media Sosial: Pembentukan Identitas Diri Anak Muda dalam Simulakra Digital dalam Lensa Teori Hiperrealitas Jean Baudrillard

Afrianus Ampur

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Emanuel Toanubun

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Elisabeth Lepang Weking

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Email: elisabethweking92@gmail.com

Maria Sanci Fena Naklui

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Maria Vivinsia Daro

Sekolah Tinggi Filsafat Teologi Widya Sasana

Recieved:13 Juni 2025 ; Revised:06 Oktober 2025 ; Published:22 Oktober 2025

Abstract

This study explores the phenomenon of youth identity formation on social media through the lens of Jean Baudrillard's theory, particularly the concepts of simulation, simulacra, and hyperreality. Social media functions as a dominant arena in which identity is digitally constructed through curated representations mediated by aesthetics and algorithms. The constructed identity no longer refers to objective reality but to images produced and staged symbolically in pursuit of social recognition. Within the condition of hyperreality, imitation is often more trusted and more influential than reality itself. This research employs a literature-based method to examine relevant scholarly works and demonstrates that social media reinforces tendencies toward performative self-representation, increasingly detached from authentic reality. The consequences extend beyond shaping the self-image of young people, contributing as well to existential crises and psychological pressures

arising from the demand to sustain a digital persona. Hence, a critical approach is necessary to comprehend the interaction of young people with the digital realm, alongside the promotion of digital literacy, so that individuals may become more conscious and reflective in shaping their identity within virtual spaces.

Keywords: Simulation, Simulacra, Hyperreality, Identity, Social Media

Abstrak

Penelitian ini mengeksplorasi fenomena pembentukan identitas diri anak muda di media sosial melalui lensa teori Jean Baudrillard, khususnya konsep simulasi, *simulakra*, dan *hiperrealitas*. Media sosial menjadi arena dominan di mana identitas dikonstruksi secara digital melalui representasi yang dikurasi dan dimediasi oleh estetika serta algoritma. Identitas yang dibentuk tidak lagi merujuk pada kenyataan objektif, melainkan pada gambaran yang telah diproduksi dan dipentaskan secara simbolik demi mendapatkan pengakuan sosial. Dalam kondisi *hiperrealitas*, yang tiruan sering kali lebih dipercaya dan lebih berpengaruh dibandingkan kenyataan itu sendiri. Studi ini menggunakan metode studi pustaka untuk menelaah berbagai literatur yang relevan dan menunjukkan bahwa media sosial memperkuat kecenderungan representasi diri yang performatif dan berjarak dari realitas otentik. Dampaknya tidak hanya memengaruhi citra diri anak muda, tetapi juga berkontribusi pada krisis eksistensial serta tekanan psikologis akibat tuntutan untuk mempertahankan persona digital. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan kritis dalam memahami interaksi anak muda dengan dunia digital serta dorongan terhadap penguatan literasi digital agar individu dapat lebih sadar dan reflektif dalam membentuk identitas di ruang maya.

Kata Kunci: Simulasi, Simulakra, Hiperrealitas, Identitas, Media Sosial

1. Pendahuluan

Dalam dua dekade terakhir, media sosial telah menjadi fenomena global yang mengubah berbagai aspek kehidupan manusia. Mulai dari cara berkomunikasi, memperoleh informasi, hingga membentuk jati diri, media sosial hadir sebagai ruang virtual yang menyatukan dan sekaligus menceraikan. Di tengah arus digitalisasi ini, anak muda menjadi kelompok yang paling aktif dan terlibat dalam dunia maya. Anak muda menjadikan media sosial sebagai panggung utama ekspresi diri. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan Snapchat tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi ruang di mana identitas diri dikonstruksi melalui representasi visual dan naratif yang dikurasi dengan cermat. Fenomena ini mencerminkan konsep *hiperrealitas* yang dikemukakan oleh

Jean Baudrillard, di mana representasi atau simulasi realitas dapat menggantikan realitas itu sendiri, menciptakan dunia di mana tanda-tanda dan citra menjadi lebih nyata daripada kenyataan.

Baudrillard menjelaskan bahwa dalam masyarakat postmodern, simulacra salinan tanpa referensi asli menjadi dominan. Selain itu, realitas digantikan oleh representasi yang tidak lagi merujuk pada kenyataan. Dalam konteks media sosial, anak muda sering kali menampilkan versi ideal dari diri mereka, yang dibentuk oleh standar sosial dan budaya yang dominan. Hal ini dapat menyebabkan tekanan psikologis, seperti kecemasan dan depresi, akibat perbandingan sosial yang tidak realistis. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa pengguna media sosial cenderung mengedit dan mengkurasi konten yang mereka unggah untuk menciptakan citra diri yang sesuai dengan ekspektasi sosial. Misalnya, studi oleh Ridwan dkk, menemukan bahwa anak muda di Kota Solo sering kali memperbarui status kuliner mereka di media sosial sebagai bentuk representasi identitas diri yang dikonstruksi melalui hiperrealitas.¹ Fenomena ini menunjukkan bagaimana media sosial memungkinkan individu untuk menciptakan identitas virtual yang tidak selalu mencerminkan realitas kehidupan mereka.

Lebih lanjut, media sosial juga memengaruhi pembentukan identitas gender dan peran sosial anak muda. Pakar media dari Universitas Airlangga, Prof. Rachmah Ida, menyatakan bahwa media sosial kini berperan besar dalam membentuk identitas gender remaja dan telah menggeser teori Sigmund Freud. Sebelumnya, Teori Freud menekankan peran orang tua dalam pembentukan identitas. Menurutnya, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk pilihan karir dan identitas gender remaja, serta dapat menimbulkan tekanan psikologis akibat perbandingan sosial yang tidak realistis.² Fenomena hiperrealitas juga terlihat dalam tren "makan cantik" di kawasan Senopati, Jakarta, di mana anak muda mengunjungi restoran bukan hanya untuk menikmati makanan, tetapi juga untuk mengabadikan momen tersebut di media sosial sebagai simbol status sosial. Penelitian oleh Adinda dkk, menunjukkan bahwa praktik ini menciptakan simulasi realitas yang

¹ Harnina Ridwan, Masrul Masrul, and Juhaepa Juhaepa, "Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard," *Jurnal Riset Komunikasi* 1, no. 1 (2018): 99–108.

² Aidatul Fitriyah, "Pakar UNAIR Sebut Media Sosial Adalah Realitas Semu Dalam Membentuk Identitas," *Unainews*.

menggantikan pengalaman nyata, di mana citra yang ditampilkan di media sosial menjadi lebih penting daripada pengalaman makan itu sendiri.³

Di Kabupaten Kuningan, Jawa Barat, penelitian oleh Handayani mengungkapkan bahwa anak muda sering mengunjungi coffee shop bukan hanya untuk menikmati kopi, tetapi juga untuk mengambil foto dan mengunggahnya di Instagram. Hal ini menciptakan citra diri yang dikonstruksi melalui media sosial, di mana representasi visual menjadi lebih penting daripada pengalaman nyata.⁴ Selain itu, penelitian oleh Amadona dkk, menunjukkan bahwa hiperrealitas dalam media sosial Instagram dapat memengaruhi pergeseran etika sosial pada generasi Z.⁵ Representasi diri yang dikonstruksi melalui media sosial dapat menyebabkan perubahan dalam norma-norma sosial dan cara individu mengekspresikan identitas mereka. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam menilai apa yang dianggap benar atau salah dalam konteks digital.

Fenomena ini memunculkan pertanyaan penting: sejauh mana media sosial memengaruhi pembentukan identitas diri anak muda? Apakah identitas yang ditampilkan di media sosial mencerminkan kenyataan, atau justru merupakan konstruksi yang menjauh dari realitas? Untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan ini, teori Jean Baudrillard tentang simulasi dan *simulakra* menawarkan kerangka konseptual yang relevan dan mendalam. Baudrillard mengemukakan bahwa dalam era posmodern, realitas telah digantikan oleh representasi yang tak lagi merepresentasikan hal yang nyata. Realitas digantikan oleh "*simulakra*," yaitu tiruan yang berdiri sendiri tanpa merujuk pada kenyataan asli. Dalam konteks media sosial, kita dapat melihat bagaimana identitas yang dibangun sering kali merupakan simulacra pencitraan diri yang dipilih dan dikurasi untuk memenuhi ekspektasi sosial dan algoritma digital. Tulisan ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media sosial sebagai ruang *hiperrealitas* membentuk identitas anak muda dalam masyarakat digital, melalui lensa teori Jean Baudrillard.

2. Metode Penelitian

³ Adinda Tri Puji Maheswari, Bagas Narendra Parahita, and 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.

⁴ Risa Handayani, "Hiperrealitas Di Media Sosial: Unggahan Instagram Anak Muda Pengunjung Coffee Shop Di Kabupaten Kuningan" (UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022), <https://digilib.uinsgd.ac.id/60150/>.

⁵ Amadona Farninda Chairunnisa, Mayasari Mayasari, and Fardiah Oktariani Lubis, "Hiperrealitas Dalam Media Sosial," *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 2 (2023): 611–625.

Kajian yang berjudul “*Hiperrealitas Media Sosial Pembentukan identitas Diri Anak Muda Dalam Simulakra Digital, Dalam Lensa Teori Jean Baudrillard*” merupakan sebuah studi kualitatif dengan beberapa strategi dan teknik pengumpulan data yakni studi dokumen dan observasi. Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu; dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif.⁶ Dengan insight tersebut, peneliti membaca berbagai dokumen tertulis terkait dengan fokus studi yakni hiperrealitas media sosial di kalangan anak muda. Data-data kepustakaan yang relevan dengan topik dibaca dan dianalisis untuk kemudian menghasilkan sebuah sintesis baru yang konstruktif bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Selain studi dokumen, penelitian ini juga mengumpulkan data dengan instrumen dan teknik observasi. Menurut Muri, kelebihan dari observasi dari instrumen pengumpulan data yang lain, seperti studi dokumen adalah bahwa dengan observasi peneliti tidak hanya menjangkau verbal behavior (tingkah laku verbal) tetapi lebih daripada itu, seorang peneliti dapat menjangkau perilaku non-verbal.⁷ Observasi dibedakan dalam bentuk yakni participant observer (partisipasi langsung) dan non-participation observer (partisipasi tidak langsung). Dalam penelitian ini, peneliti merupakan generasi muda yang terlibat secara langsung menggunakan media sosial.

3. Hasil Penelitian dan Pembahasan

3.1 Gambaran Umum Jean Baudrillard

Jean Baudrillard adalah seorang filsuf, sosiolog, dan kritikus budaya asal Prancis yang dikenal luas karena gagasannya tentang *hiperrealitas* dan *simulakra*, yang memberikan pengaruh besar dalam kajian postmodernisme, media, dan budaya kontemporer.⁸ Baudrillard lahir pada 27 Juli 1929 di Reims, Prancis. Ia berasal dari keluarga kelas pekerja; kakek-neneknya adalah petani, dan orang tuanya bekerja sebagai pegawai negeri. Baudrillard

⁶ Awalia Khaerunnisa, Marwiah, and Hanana Muliana, “Representasi Makna Dan Fungsi Pamali Pada Masyarakat Modern Dan Tradisional Etnis Bugis Di Desa Barang Palie,” *Jurnal Aksara Sawerigading* 1, no. 1 (2022): 45–59, <http://ojs.unsamakassar.ac.id/jas/article/view/115>.

⁷ Khoirunisa Nur Pratama, “Gaya Komunikasi Non Verbal Dalam Endorsement Pada Akun Instagram Fadil Jaidi,” *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)* 1 (2023): 194.

⁸ Vinsensius Rixnaldi Masut, Robertus Wijanarko, and Pius Pandor, “Objektivikasi Subjek Dalam Budaya Kontemporer Berdasarkan Konsep Hiperrealitas Jean Baudrillard,” *Jurnal Filsafat Indonesia* 6, no. 3 (2023): 303–315.

merupakan anggota pertama dalam keluarganya yang melanjutkan pendidikan ke tingkat universitas. Ia belajar bahasa dan sastra Jerman di Sorbonne, Paris, dan kemudian mengajar bahasa Jerman di beberapa lycée di Prancis. Selama periode ini, ia juga menerjemahkan karya-karya dari penulis seperti Bertolt Brecht, Peter Weiss, dan Karl Marx ke dalam bahasa Prancis.

Pada awal 1960-an, Baudrillard mulai beralih dari studi sastra ke bidang sosiologi. Ia menyelesaikan disertasi doktoralnya yang berjudul *Le Système des objets* pada tahun 1968, di bawah bimbingan tokoh-tokoh terkemuka seperti Henri Lefebvre, Roland Barthes, dan Pierre Bourdieu. Setelah itu, ia mengajar sosiologi di Universitas Paris X Nanterre, sebuah kampus yang menjadi pusat gerakan mahasiswa pada Mei 1968. Selama karier akademiknya, Baudrillard mengembangkan kritik terhadap masyarakat konsumerisme dan budaya media. Ia berpendapat bahwa dalam masyarakat modern, realitas telah digantikan oleh representasi dan simulasi, yang ia sebut sebagai "*simulakra*". Konsep ini dijelaskan secara mendalam dalam karyanya *Simulacra and Simulation* (1981), di mana ia mengemukakan bahwa dalam era postmodern, tanda-tanda dan citra telah menggantikan kenyataan, menciptakan apa yang ia sebut sebagai "*hiperrealitas*".

Baudrillard dikenal sebagai sosok yang eksentrik dan independen dalam pemikirannya. Ia menolak untuk diklasifikasikan dalam aliran pemikiran tertentu dan sering kali mengkritik pendekatan akademik konvensional. Selain menulis, ia juga tertarik pada fotografi dan seni visual, yang ia gunakan untuk mengeksplorasi tema-tema seperti realitas dan representasi. Jean Baudrillard meninggal dunia pada 6 Maret 2007 di Paris pada usia 77 tahun. Pemikirannya tetap relevan dalam diskusi tentang media, budaya, dan masyarakat kontemporer, terutama dalam konteks perkembangan teknologi digital dan media sosial yang semakin mendominasi kehidupan sehari-hari.

3.2 Hiperrealitas: Ketika Simulasi Menjadi Kenyataan

Konsep inti dari teori Jean Baudrillard yang paling relevan dengan dunia digital saat ini adalah *hiperrealitas*. *Hiperrealitas* merupakan kondisi di mana representasi (simulasi) tidak hanya meniru kenyataan, tetapi menggantikannya, bahkan menjadi lebih nyata dari kenyataan itu sendiri. Dalam *hiperrealitas*, tidak ada lagi batas tegas antara realitas dan representasi, antara yang otentik dan yang imitasi.⁹ Yang tiruan menjadi lebih dipercaya, lebih memikat, dan lebih diterima daripada yang nyata. Baudrillard

⁹ Ropip Asharudin, "Analisis Pemikiran Jean Baudrillard Tentang Simulasi Dan Realitas Dalam Konteks Era Digital," *Gunung Djati Conference Series* 24 (2023): 906–921, <https://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/1682/1205>.

menjelaskan bahwa dalam masyarakat modern yang dibanjiri oleh media dan simbol, realitas digantikan oleh tanda-tanda yang tidak lagi merujuk pada hal yang nyata. Ini berarti, dalam dunia *hiperrealitas*, masyarakat hidup dalam sistem representasi yang menciptakan dunia artifisial dunia di mana kenyataan telah direduksi menjadi gambaran dan simbol yang terus-menerus direproduksi.¹⁰

Dalam konteks media sosial, *hiperrealitas* termanifestasi melalui aktivitas digital seperti unggahan foto, video, status, dan interaksi online yang membentuk identitas digital seseorang. Persona yang dibangun dalam media sosial tidak selalu mencerminkan siapa mereka sebenarnya, melainkan citra ideal yang telah dikurasi sedemikian rupa. Seorang individu dapat menampilkan kehidupan yang tampak sempurna, bahagia, dan penuh prestasi, meskipun kenyataannya mungkin sangat berbeda. Dalam banyak kasus, pengguna media sosial lebih dikenal dan lebih diingat melalui persona digitalnya ketimbang kepribadian aslinya. Hal ini menciptakan kondisi psikologis dan sosial yang kompleks. Ketika representasi digital menjadi tolok ukur nilai diri, maka identitas asli mulai kehilangan maknanya. Anak muda merasa terdorong untuk terus-menerus menyempurnakan tampilan mereka di dunia maya, hingga mereka sendiri kesulitan membedakan antara persona digital dan realitas pribadinya. Filter wajah, aplikasi penyunting foto, staging konten kehidupan sehari-hari, dan strategi personal branding menjadi alat produksi simulasi yang akhirnya membentuk *hiperrealitas* kehidupan mereka.

Dampak dari kondisi ini sangat luas: dari hilangnya kepercayaan diri karena tidak bisa menyamai standar digital, munculnya gangguan citra tubuh, hingga terjadinya alienasi sosial dan eksistensial. *Hiperrealitas* media sosial juga mengaburkan makna hubungan sosial. Interaksi menjadi *performatif*, bukan karena kebutuhan komunikasi, tetapi demi menciptakan impresi. Pertemanan dan percakapan pun diatur oleh algoritma dan estetika bukan lagi oleh kedekatan emosional atau kebutuhan autentik untuk terhubung. *Hiperrealitas* juga menciptakan ruang yang sangat subjektif, di mana kebenaran menjadi relatif. Dalam dunia yang dipenuhi simulasi, tidak lagi penting apakah sesuatu itu benar atau tidak, selama tampak menarik dan mendapatkan perhatian. Ini menjadi tantangan serius bagi pembentukan identitas anak muda yang sedang berada dalam fase eksploratif dan rentan.¹¹

¹⁰ Minan Jauhari, "Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard," *Jurnal AL-'Adalah* 20, no. 1 (2017): 117–136, <http://ejournal.iain-jember.ac.id/index.php/aladalah/article/view/737/584>.

¹¹ Masfi Sya'fiatul Ummah, *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Masa, Sustainability (Switzerland)*, vol. 11, 2019,

Dengan demikian, *hiperrealitas* dalam media sosial telah menggeser paradigma identitas dari yang berbasis pada pengalaman otentik menuju identitas yang disusun oleh estetika, algoritma, dan ekspektasi sosial digital. Realitas yang ditampilkan bukan lagi refleksi dari kenyataan, tetapi konstruksi visual dan simbolik yang menjadi kenyataan itu sendiri. Inilah dunia di mana simulasi bukan hanya meniru, tetapi telah menggantikan kenyataan sebuah dunia yang tidak hanya dialami anak muda, tetapi menjadi realitas utama mereka.

3.3 Media Sosial sebagai Arena *Simulasi* dan *Simulakra*

Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi ruang utama di mana kehidupan sosial, budaya, dan personal dimediasi oleh teknologi digital. Dalam konteks teori Jean Baudrillard, media sosial menjadi arena yang sangat signifikan dalam memahami bagaimana *simulasi* dan *simulakra* berfungsi dalam masyarakat kontemporer. Di ruang digital ini, pengalaman manusia tidak lagi langsung merujuk pada realitas, tetapi pada representasi dari realitas yang telah dimanipulasi dan direproduksi melalui sistem tanda yang mengaburkan perbedaan antara yang nyata dan yang tiruan.¹²

Baudrillard menyatakan bahwa simulasi adalah proses penciptaan realitas melalui representasi yang pada akhirnya menggantikan kenyataan itu sendiri. Media sosial memainkan peran penting dalam mempercepat proses ini. Setiap unggahan, komentar, atau interaksi di media sosial adalah bagian dari produksi citra dan identitas yang dikonstruksi melalui berbagai elemen visual, naratif, dan simbolik.¹³ Ketika individu menampilkan momen hidup yang telah dikurasi dengan filter dan narasi tertentu, mereka sedang terlibat dalam proses simulasi. Konten tersebut bukan hanya mencerminkan kenyataan, tetapi menciptakan kenyataan alternatif yang diterima sebagai realitas oleh audiens digital.

Simulakra, dalam pengertian Baudrillard, adalah tanda-tanda atau simbol-simbol yang telah terlepas dari referensi aslinya dan menjadi entitas mandiri. Dalam konteks media sosial, identitas digital menjadi simulakra ketika

http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

¹² Jauhari, "Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulakra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard."

¹³ Suzy Azeharie, *Perdukunan Di Korea Dan Indonesia Dari Perspektif Komunikasi Budaya, Komunikasi Anak Muda Untuk Perubahan Sosial* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022).

persona online tidak lagi memiliki hubungan langsung dengan identitas asli, tetapi berdiri sebagai konstruksi simbolik yang memiliki kekuatan dan pengaruh tersendiri. Misalnya, seorang influencer di Instagram mungkin dikenal luas sebagai figur yang bahagia, sukses, dan glamor, padahal kehidupan nyatanya tidak seideal yang ditampilkan.¹⁴ Persona tersebut menjadi *simulacrum* realitas yang sudah tidak lagi terkait dengan kenyataan faktual.

Ruang digital memperkuat keberadaan *simulakra* melalui mekanisme interaksi sosial yang berorientasi pada performa. Pengguna media sosial terdorong untuk menunjukkan sisi terbaik, paling menarik, atau paling ekstrem dari diri mereka demi memperoleh validasi dalam bentuk likes, komentar, dan jumlah pengikut. Algoritma media sosial memperbesar kecenderungan ini dengan memberikan ruang yang lebih besar pada konten yang sensasional, estetis, dan mudah viral. Akibatnya, konten yang bersifat otentik dan jujur justru sering kali tenggelam dalam arus informasi yang didominasi oleh representasi yang *hiperreal*.

Lebih dalam lagi, arena simulasi di media sosial bukan hanya memengaruhi bagaimana individu menampilkan diri, tetapi juga bagaimana mereka memahami diri mereka sendiri. Proses internalisasi simulasi menciptakan kondisi di mana pengguna mulai mempercayai persona digital mereka sebagai identitas sejati. Dalam banyak kasus, individu merasa tertekan untuk mempertahankan citra digital tertentu, meskipun hal tersebut bertentangan dengan kenyataan emosional dan psikologis mereka. Fenomena ini menimbulkan dampak psikososial seperti gangguan citra diri, kecemasan sosial, dan krisis eksistensial.¹⁵

Simulasi juga menciptakan *homogenisasi* identitas. Ketika standar kecantikan, gaya hidup, dan ekspresi diri didikte oleh tren media sosial global, maka keberagaman identitas cenderung ditekan demi menyesuaikan diri dengan norma-norma dominan.¹⁶ Anak muda sebagai pengguna aktif media sosial sangat rentan terhadap proses ini. Mereka belajar meniru gaya hidup selebritas digital, berbicara dalam bahasa yang populer di media sosial, dan

¹⁴ Ralph Adolph, "HIPERREALITAS DAN SIMULAKRA PADA IKLAN PRODUK BERLABEL ISLAMI DI INSTAGRAM PERSPEKTIF JEAN BAUDRILLARD (Studi Kasus Akun Instagram Aneeska.Official)" (Walisongo, 2016).

¹⁵ Medhy Aginta Hidayat, "Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern," *Journal of Urban Sociology* 2, no. 1 (2019): 42–64.

¹⁶ Abd Aziz Faiz, *Musimah Perkotaan (Globalizing Life Style, Religion, and Indetity)* (Yogyakarta: Suka Press Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016).

membentuk selera berdasarkan algoritma, bukan pengalaman pribadi atau refleksi kritis.

Dalam arena simulasi ini, waktu juga mengalami distorsi. Masa lalu, masa kini, dan masa depan bercampur dalam arsip digital yang selalu dapat diakses dan disusun ulang. Sebuah momen yang telah terjadi bisa diunggah ulang dengan narasi baru, menciptakan realitas baru yang berbeda dari kejadian aslinya. Proses ini memperkuat kondisi hiperreal di mana kebenaran tidak lagi penting, yang penting adalah bagaimana sesuatu dikemas dan diterima oleh audiens.

Dengan demikian, media sosial bukan hanya medium ekspresi diri, tetapi juga sistem produksi dan reproduksi identitas yang sangat kompleks. Ia menciptakan kondisi di mana simulasi dan simulakra tidak lagi menjadi pengecualian, tetapi menjadi norma. Dalam dunia yang dibentuk oleh algoritma dan estetika digital, realitas menjadi sesuatu yang bisa diedit, diatur, dan direkayasa. Media sosial adalah panggung besar tempat individu menjadi aktor yang terus memainkan peran dalam simulasi identitas yang tidak pernah selesai.

3.4 Anak Muda dan Pembentukan Identitas di Era Digital

Anak muda sebagai digital native memiliki relasi yang sangat erat dengan media sosial. Bagi generasi ini, media sosial bukan hanya alat komunikasi, melainkan juga ruang eksistensi. Identitas, dalam konteks ini, tidak dibentuk semata-mata oleh interaksi langsung dalam kehidupan nyata, tetapi lebih banyak dibangun dan dimediasi melalui interaksi virtual. Hal ini menciptakan dinamika baru dalam proses pembentukan identitas. Dalam teori Erik Erikson, masa remaja adalah tahap perkembangan psikososial yang penting untuk membentuk identitas diri. Pada tahap ini, individu mencari jawaban atas pertanyaan "Siapakah saya?" dan berusaha menemukan tempatnya dalam masyarakat.¹⁷ Dalam era digital, pencarian identitas ini terjadi tidak hanya dalam kehidupan nyata, tetapi juga dalam ruang maya yang sarat akan tekanan sosial dan ekspektasi performatif.

Media sosial menyediakan sarana bagi anak muda untuk mengeksplorasi dan mengekspresikan berbagai aspek identitas mereka. Mereka dapat dengan mudah menciptakan persona tertentu, membentuk komunitas daring, dan mendapatkan validasi dari sesama pengguna. Namun, proses ini juga penuh jebakan. Ketika identitas diri bergantung pada feedback eksternal seperti likes

¹⁷ Ana Fitriani et al., *Psikologi Perkembangan*, 2023, <https://books.google.co.id/books?id=S03HEAAQBAJ>.

dan komentar, maka harga diri dan konsep diri pun menjadi rapuh dan mudah terfragmentasi.

Banyak anak muda merasa terdorong untuk mengikuti standar kecantikan, gaya hidup, dan keberhasilan yang dominan di media sosial. Representasi yang seragam dan idealistik ini sering kali memicu rasa tidak aman, perbandingan sosial, hingga gangguan kesehatan mental seperti kecemasan dan depresi.¹⁸ Dalam kerangka Baudrillard, anak muda tidak lagi hidup dalam kenyataan, melainkan dalam *hiperrealitas* yang didorong oleh *simulakra* digital. Fenomena penggunaan filter wajah, editing tubuh, serta pemilihan angle dan pencahayaan terbaik dalam setiap unggahan menunjukkan betapa identitas visual menjadi hal yang krusial.¹⁹ Dalam banyak kasus, anak muda lebih mengenal dan merasa nyaman dengan citra digital diri mereka daripada kenyataan fisik mereka sendiri. Mereka hidup dalam bayang-bayang persona digital yang telah mereka bangun, dan merasa tertekan untuk mempertahankannya.

Selain itu, dinamika komunitas daring juga berpengaruh besar dalam pembentukan identitas. Kelompok-kelompok daring seperti fandom, komunitas aktivisme, hingga subkultur digital seperti e-girls/e-boys, menciptakan ruang bagi anak muda untuk merasa diterima dan memiliki afiliasi identitas. Namun, dalam banyak kasus, identitas kelompok ini juga menjadi bentuk simulasi yang mengaburkan batas antara identitas pribadi dan identitas kolektif yang dikonstruksi. Dengan demikian, identitas anak muda di era digital dibentuk dalam medan tarik menarik antara kebutuhan akan keaslian dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan realitas virtual yang didominasi simulasi. Mereka hidup dalam ruang ganda: sebagai diri yang nyata dan sebagai persona digital yang dibentuk oleh estetika dan algoritma. Dalam dunia ini, batas antara yang nyata dan yang digital semakin kabur, dan identitas diri menjadi sesuatu yang cair, dinamis, dan penuh paradoks.

3.5 *Hiperrealitas* dan Krisis Keaslian

Fenomena *hiperrealitas* yang diungkap oleh Jean Baudrillard sangat relevan dalam konteks media sosial, khususnya dalam bagaimana anak muda membentuk dan memaknai identitas diri mereka. *Hiperrealitas* menggambarkan sebuah kondisi di mana realitas asli tidak lagi menjadi

¹⁸ Rochmad Effendy et al., "Mendambakan Kecantikan Ideal Sebagai Penindasan : Analisis Resepsi Iklan ImPerfect Beauty Elshe Skin" 6 (2024): 169–181.

¹⁹ Asharudin, "Analisis Pemikiran Jean Baudrillard Tentang Simulasi Dan Realitas Dalam Konteks Era Digital."

rujukan utama.²⁰ Realitas digantikan oleh simulasi representasi yang telah terlepas dari hubungan dengan kenyataan. Realitas itu membentuk realitas baru yang dirasakan lebih “nyata” daripada kenyataan itu sendiri. Dalam dunia digital yang penuh dengan gambar, video, dan narasi yang disunting rapi, anak muda dihadapkan pada realitas ganda yang menuntut mereka untuk tampil tidak hanya sebagai diri mereka yang sebenarnya, tetapi juga sebagai persona digital yang dikonstruksi dan diidealkan.

Di media sosial, keaslian atau “authenticity” menjadi komoditas yang paradoksal. Di satu sisi, pengguna didorong untuk menjadi otentik demi menarik simpati dan dukungan komunitas digital; di sisi lain, otentisitas tersebut sering kali merupakan hasil kurasi dan manipulasi yang sengaja dirancang agar terlihat “alami.” Keaslian dalam hiperrealitas tidak lagi diukur berdasarkan kebenaran empiris, melainkan berdasarkan sejauh mana identitas digital mampu menarik perhatian dan membangun narasi yang meyakinkan. Dengan kata lain, keaslian menjadi performatif dan terfragmentasi, bukan sesuatu yang stabil dan mutlak.

Krisis keaslian ini menimbulkan dampak psikologis yang signifikan bagi anak muda. Mereka dihadapkan pada tekanan ganda: pertama, tekanan internal untuk menyesuaikan diri dengan identitas yang diidealkan di media sosial; kedua, tekanan eksternal dari lingkungan digital yang menghakimi dan memberi reward melalui like, komentar, dan share. Kondisi ini dapat menimbulkan disonansi kognitif, di mana anak muda merasa terpecah antara siapa mereka sebenarnya dan siapa yang mereka harus tampilkan untuk diterima. Dalam jangka panjang, disonansi ini bisa menyebabkan kebingungan identitas, stres, kecemasan, dan bahkan depresi.

Lebih jauh, hiperrealitas media sosial memperkuat budaya narsisme dan pencarian validasi eksternal. Identitas tidak lagi berkembang secara alami melalui refleksi diri dan interaksi sosial yang autentik, melainkan melalui feedback loop yang dikendalikan oleh algoritma. Algoritma media sosial berfungsi sebagai “pengadil” yang menentukan mana konten yang layak tampil dan mendapat perhatian, dan mana yang tidak. Hal ini menyebabkan anak muda terdorong untuk menyesuaikan diri dengan standar estetika dan

²⁰ Masfi Sya'fiatul Ummah, “FENOMENA HIPERREALITAS DALAM NEW MEDIA Tinjauan Equilibrium Etika Tri Hita Karana,” *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14, http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI.

perilaku yang diakomodasi oleh sistem, seringkali mengorbankan ekspresi diri yang asli dan unik.

Proses ini juga memunculkan siklus tak berujung dari simulasi dan *simulakra*. Ketika sebuah identitas digital menjadi populer dan mendapatkan pengakuan, identitas tersebut tidak hanya menjadi model yang diimitasi oleh pengguna lain, tetapi juga mulai mengaburkan batas antara yang otentik dan yang direkayasa.²¹ Misalnya, tren penggunaan filter wajah yang meratakan fitur wajah atau menyesuaikan warna kulit untuk mencapai “standar kecantikan” tertentu adalah contoh bagaimana simulasi visual menjadi norma yang diterima sebagai realitas baru. Anak muda yang gagal memenuhi standar ini sering merasa tidak cukup, memicu perasaan rendah diri dan alienasi.

Dalam perspektif Baudrillard, krisis keaslian ini bukan hanya fenomena individual, tetapi cerminan dari kondisi masyarakat kontemporer yang hidup di dunia simulasi.²² Media sosial adalah medan produksi dan reproduksi *simulakra*, di mana representasi tidak lagi berfungsi sebagai cermin realitas, melainkan sebagai realitas itu sendiri. Identitas digital menjadi sesuatu yang cair, dapat diprogram, dan dikendalikan oleh kekuatan eksternal seperti teknologi, budaya populer, dan tekanan sosial.

Situasi ini menimbulkan tantangan besar bagi pembentukan identitas yang sehat dan berkelanjutan bagi anak muda. Mereka harus belajar bagaimana menavigasi dunia ganda antara realitas fisik dan *hiperrealitas* digital, sekaligus mempertahankan keseimbangan antara ekspresi diri yang tulus dan tuntutan sosial digital yang kerap tidak realistis. Pemahaman kritis terhadap mekanisme *hiperrealitas* dan *simulakra* menjadi penting agar anak muda tidak terperangkap dalam lingkaran represif yang membatasi potensi pengembangan identitas autentik mereka.

Selain itu, krisis keaslian ini memunculkan pertanyaan etis dan sosial terkait dengan penggunaan teknologi digital. Bagaimana kita bisa membangun ruang digital yang mendukung ekspresi diri yang jujur dan inklusif? Bagaimana peran platform media sosial dalam mengatasi tekanan performatif dan membantu pengguna mengatasi kecemasan identitas? Apakah ada ruang bagi resistensi terhadap dominasi simulakra dan hiperrealitas yang semakin menggurita? Pertanyaan-pertanyaan ini membuka pintu bagi diskusi yang

²¹ Imam Nuraryo, “Kultur Pop Dan Diskursus Ideologi Kecantikan Pada Iklan Di Televisi,” *ProTVF* 3, no. 2 (2019): 171.

²² Niken Febrina Ernungtyas et al., “Youth Culture Dan Gaya Busana: Hiper-Realitas Pekerja Muda Perempuan Terhadap Produk Fashion Bermerek Di Jakarta,” *Jurnal Nomosleca* 2, no. 1 (2016).

lebih luas mengenai peran media sosial dalam kehidupan sosial dan psikologis anak muda.

Sebagai kesimpulan, hiperrealitas dan krisis keaslian yang terjadi dalam pembentukan identitas anak muda di media sosial bukanlah sekadar fenomena teknis atau budaya pop, tetapi sebuah tantangan filosofis dan eksistensial yang menguji bagaimana manusia memahami diri dan realitas di era digital. Dengan memahami konsep-konsep Baudrillard ini secara mendalam, kita dapat mulai merumuskan strategi untuk mengatasi dampak negatif media sosial sekaligus memanfaatkan potensi positifnya dalam mendukung perkembangan identitas yang sehat dan autentik.

3.6 Strategi Menghadapi *Hiperrealitas* dalam Pembentukan Identitas Anak Muda

Menghadapi tantangan yang timbul dari *hiperrealitas* dan *simulakra* dalam media sosial bukanlah hal yang mudah, terutama bagi anak muda yang tengah berada pada tahap kritis pembentukan identitas diri. Era digital membawa dimensi baru dalam cara anak muda memandang dan mengekspresikan diri mereka, yang pada satu sisi memberi ruang kreativitas dan ekspresi, tetapi di sisi lain juga memunculkan tekanan dan risiko psikologis yang signifikan. Oleh karena itu, strategi yang komprehensif dan multidimensional sangat diperlukan untuk mengelola dampak hiperrealitas ini agar proses pembentukan identitas dapat berlangsung secara sehat dan berkelanjutan.

Pertama, Pendidikan Media Kritis (Critical Media Literacy). Salah satu pendekatan utama dalam menghadapi *hiperrealitas* adalah dengan memperkuat pendidikan media yang kritis. Pendidikan ini bertujuan untuk membekali anak muda dengan kemampuan analisis terhadap konten digital yang mereka konsumsi dan produksi. Dalam konteks media sosial, *critical media literacy* membantu anak muda untuk memahami bahwa tidak semua yang terlihat di layar adalah representasi otentik dari realitas. Mereka diajarkan untuk mengenali bagaimana gambar, video, caption, dan komentar bisa menjadi hasil konstruksi, manipulasi, atau bahkan rekayasa demi tujuan tertentu, seperti pencitraan, pemasaran, atau pencarian popularitas.

Kedua, Pengembangan Ruang Digital yang Mendukung Keaslian. Selain pendidikan, pengembangan ruang digital yang mampu mendukung keaslian dan keberagaman identitas juga menjadi hal penting. Platform media sosial seharusnya tidak hanya menjadi arena kompetisi untuk mendapatkan pengakuan melalui likes dan followers, tetapi juga menyediakan ruang di mana pengguna dapat mengekspresikan diri dengan bebas tanpa takut dihakimi atau dipaksa mengikuti standar tertentu. Ini dapat diwujudkan

melalui fitur-fitur yang memungkinkan storytelling yang lebih kaya dan reflektif, misalnya fitur narasi panjang, audio, dan video yang mendukung ekspresi yang lebih personal dan mendalam. Juga penting adanya ruang diskusi yang inklusif dan aman, yang mendorong dialog terbuka dan mendukung berbagai bentuk identitas tanpa diskriminasi.

Ketiga, Penguatan Kesadaran Diri dan Kesehatan Mental. Di tingkat individu, anak muda perlu dibekali dengan kemampuan untuk mengenali dan menerima berbagai aspek diri mereka, baik yang positif maupun yang masih dalam proses pengembangan. Penguatan kesadaran diri (self-awareness) dan penerimaan diri (self-acceptance) menjadi kunci agar mereka tidak mudah terjebak dalam pencarian validasi eksternal yang berlebihan. Praktik mindfulness, meditasi, dan refleksi diri secara rutin dapat membantu anak muda untuk lebih hadir dan sadar dalam menjalani kehidupan mereka, baik di dunia nyata maupun digital. Dengan kesadaran yang meningkat, mereka dapat mengelola tekanan dan ekspektasi yang muncul dari media sosial dengan lebih baik, sehingga identitas yang mereka bangun menjadi lebih autentik dan stabil.

Keempat, Peran Orang Tua, Pendidik, dan Komunitas. Peran keluarga, sekolah, dan komunitas sangat sentral dalam mendukung anak muda menghadapi tantangan identitas di era digital. Orang tua dan pendidik harus aktif membuka ruang dialog yang jujur dan terbuka tentang pengalaman digital anak muda, termasuk tekanan dan konflik yang mereka alami. Melalui komunikasi yang hangat dan empatik, anak muda dapat merasa didukung dan lebih terbuka dalam membahas perasaan mereka. Pendidik dapat memberikan pengajaran yang tidak hanya berfokus pada aspek teknis penggunaan media sosial, tetapi juga pada pembentukan karakter, empati, dan kesadaran kritis terhadap budaya digital. Komunitas yang inklusif dan suportif juga sangat membantu dalam menciptakan lingkungan di mana anak muda dapat mengekspresikan diri tanpa rasa takut atau cemas. Komunitas dapat berperan sebagai ruang aman yang mendorong solidaritas dan penerimaan atas keberagaman identitas.

Kelima, Regulasi dan Desain Teknologi yang Bertanggung Jawab. Selain upaya pendidikan dan komunitas, tanggung jawab juga berada pada pembuat kebijakan dan pengembang teknologi. Algoritma yang mengatur konten media sosial harus didesain dengan mempertimbangkan dampak psikososial bagi penggunaannya, khususnya anak muda yang rentan terhadap tekanan sosial digital. Regulasi yang mengatur transparansi algoritma, perlindungan data pribadi, dan pengurangan konten berbahaya harus ditegakkan secara ketat. Pemerintah dan lembaga terkait dapat mendorong penelitian dan pengembangan teknologi yang tidak hanya mengejar keuntungan komersial,

tetapi juga memprioritaskan kesehatan mental dan kesejahteraan sosial pengguna. Pengembang platform juga dapat mengintegrasikan fitur-fitur yang membantu pengguna mengontrol waktu penggunaan, mengelola interaksi sosial, dan mengurangi tekanan performatif. Dengan begitu, teknologi dapat berfungsi sebagai alat pemberdayaan, bukan sebagai penyebab dominasi simulakra dan krisis keaslian.

4. Simpulan

Pembahasan mengenai hiperrealitas media sosial dan pembentukan identitas diri anak muda melalui lensa teori Jean Baudrillard telah mengungkapkan kompleksitas dinamika identitas di era digital. Media sosial bukan sekadar alat komunikasi, melainkan ruang simulasi di mana identitas diproduksi, dipentaskan, dan bertransformasi menjadi simulakra yang mandiri dari realitas asli. Dalam proses ini, anak muda sering kali menghadapi tekanan untuk menciptakan citra diri yang ideal dan menarik demi pengakuan sosial dan validasi digital.

Teori Baudrillard membantu kita memahami bagaimana realitas semakin kabur di dunia media sosial, di mana batas antara yang nyata dan tiruan menjadi tidak jelas—dengan media sosial sebagai medan hiperrealitas yang mengaburkan otentisitas identitas. Algoritma dan budaya viral memperkuat praktik simulasi, mendorong pengguna untuk memproduksi konten yang tidak hanya representatif tetapi juga menarik secara performatif, sehingga identitas yang dibangun menjadi bentuk simulakra.

Dampak dari fenomena ini sangat luas, mulai dari perubahan cara anak muda memandang diri dan hubungan sosial mereka, hingga tantangan psikologis seperti stres dan kecemasan akibat tekanan mempertahankan citra digital. Identitas yang cair dan performatif ini juga memunculkan pertanyaan etis dan sosial mengenai keaslian diri dan kualitas interaksi sosial dalam masyarakat digital.

Pada akhirnya, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

Pertama, Pengembangan Literasi Digital dan Kritis. Anak muda perlu dibekali dengan literasi digital yang kuat, termasuk pemahaman kritis terhadap cara kerja media sosial dan dampak simulasi terhadap identitas diri. Pendidikan mengenai bagaimana membangun identitas yang sehat dan autentik dalam dunia digital harus menjadi bagian dari kurikulum di sekolah dan masyarakat.

Kedua, Mendorong Autentisitas dan Kerentanan dalam Berinteraksi. Media sosial hendaknya tidak hanya menjadi panggung untuk citra sempurna, tetapi juga ruang yang memungkinkan pengguna mengekspresikan kerentanan

dan keaslian diri. Hal ini dapat membantu mengurangi tekanan sosial dan meningkatkan kualitas hubungan antar pengguna.

Ketiga, Pengaturan Algoritma dan Kebijakan Platform. Perlu ada regulasi dan pengawasan terhadap algoritma yang mendorong konten hiperestetik dan performatif agar tidak memicu budaya konsumsi identitas yang berlebihan dan merusak kesehatan mental. Platform media sosial juga dapat mengembangkan fitur yang mempromosikan interaksi yang lebih bermakna dan mendukung kesejahteraan pengguna.

Keempat, Pendekatan Multidisipliner dalam Penelitian dan Praktik Kajian mengenai identitas digital dan hiperrealitas harus melibatkan pendekatan multidisipliner, termasuk sosiologi, psikologi, teknologi informasi, dan filsafat. Penelitian yang mendalam dapat memberikan solusi yang lebih efektif dan kontekstual untuk tantangan yang dihadapi anak muda di era digital.

Kelima, Membangun Kesadaran Sosial Kolektif. Masyarakat perlu sadar akan bahaya dan dampak simulasi berlebihan dalam media sosial. Kesadaran ini dapat mendorong perilaku digital yang lebih sehat dan solidaritas sosial dalam menghadapi tekanan identitas digital.

5. Kepustakaan

- Adolph, Ralph. "HIPERREALITAS DAN SIMULAKRA PADA IKLAN PRODUK BERLABEL ISLAMI DI INSTAGRAM PERSPEKTIF JEAN BAUDRILLARD (Studi Kasus Akun Instagram Aneeska.Official)." Walisongo, 2016.
- Asharudin, Ropip. "Analisis Pemikiran Jean Baudrillard Tentang Simulasi Dan Realitas Dalam Konteks Era Digital." *Gunung Djati Conference Series* 24 (2023): 906–921.
<https://conferences.uinsgd.ac.id/index.php/gdcs/article/view/1682/1205>.
- Azeharie, Suzy. *Perdukunan Di Korea Dan Indonesia Dari Perspektif Komunikasi Budaya. Komunikasi Anak Muda Untuk Perubahan Sosial*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2022.
- Chairunnisa, Amadona Farninda, Mayasari Mayasari, and Fardiah Oktariani Lubis. "Hiperrealitas Dalam Media Sosial." *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4, no. 2 (2023): 611–625.
- Effendy, Rochmad, Meirina Aulia, Damayanti Sri, and Widayati Lian. "Mendambakan Kecantikan Ideal Sebagai Penindasan : Analisis Resepsi Iklan ImPerfect Beauty Elshe Skin" 6 (2024): 169–181.
- Ernungtyas, Niken Febrina, Ratih Puspita, Sri Indah Suryaningsih, Yesi Rizki Amelia, Lamini Lamini, and Yana Hendarrita. "Youth Culture Dan Gaya Busana: Hiper-Realitas Pekerja Muda Perempuan Terhadap Produk

- Fashion Bermerek Di Jakarta.” *Jurnal Nomosleca* 2, no. 1 (2016).
- Faiz, Abd Aziz. *Musimah Perkotaan (Globalizing Life Style, Religion, and Indetity)*. Yogyakarta: Suka Press Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2016.
- Fitriani, Ana, Reza Fahlevi, Kurrota Aini, Ni Luh Drahati Ekaningtyas, Rustam Aji Rochmat, Erna Multahada, Ika Rahayu Satyaninrum, Nyoman Wiraadi Tria Ariani, and M Yunus Sudirman. *Psikologi Perkembangan*, 2023.
<https://books.google.co.id/books?id=S03HEAAAQBAJ>.
- Fitriyah, Aidatul. “Pakar UNAIR Sebut Media Sosial Adalah Realitas Semu Dalam Membentuk Identitas.” *Unainews*.
- Handayani, Risa. “Hiperrealitas Di Media Sosial: Unggahan Instagram Anak Muda Pengunjung Coffee Shop Di Kabupaten Kuningan.” UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2022. <https://digilib.uinsgd.ac.id/60150/>.
- Hidayat, Medhy Aginta. “Menimbang Teori-Teori Sosial Postmodern.” *Journal of Urban Sociology* 2, no. 1 (2019): 42–64.
- Jauhari, Minan. “Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard.” *Jurnal AL-’Adalah* 20, no. 1 (2017): 117–136. <http://ejournal.iain-jember.ac.id/index.php/aladalah/article/view/737/584>.
- Khaerunnisa, Awalia, Marwiah, and Hanana Muliana. “Representasi Makna Dan Fungsi Pamali Pada Masyarakat Modern Dan Tradisional Etnis Bugis Di Desa Barang Palie.” *Jurnal Aksara Sawerigading* 1, no. 1 (2022): 45–59. <http://ojs.unsamakassar.ac.id/jas/article/view/115>.
- Maheswari, Adinda Tri Puji, Bagus Narendra Parahita, and 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.
- Masut, Vinsensius Rixnaldi, Robertus Wijanarko, and Pius Pandor. “Objektivikasi Subjek Dalam Budaya Kontemporer Berdasarkan Konsep Hiperrealitas Jean Baudrillard.” *Jurnal Filsafat Indonesia* 6, no. 3 (2023): 303–315.
- Nuraryo, Imam. “Kultur Pop Dan Diskursus Ideologi Kecantikan Pada Iklan Di Televisi.” *ProTVF* 3, no. 2 (2019): 171.
- Pratama, Khoirunisa Nur. “Gaya Komunikasi Non Verbal Dalam Endorsement Pada Akun Instagram Fadil Jaidi.” *Prosiding Konferensi Nasional Sosial dan Politik (KONASPOL)* 1 (2023): 194.
- Ridwan, Harnina, Masrul Masrul, and Juhaepa Juhaepa. “Komunikasi Digital Pada Perubahan Budaya Masyarakat E-Commerce Dalam Pendekatan Jean Baudrillard.” *Jurnal Riset Komunikasi* 1, no. 1 (2018): 99–108.

Afrianus Ampur, dkk., Hiperrealitas Media Sosial: Pembentukan Identitas Diri Anak Muda dalam Simulakra Digital dalam lensa teori Hiperrealitas Jean Baudrillard

- Ummah, Masfi Sya'fiatul. "FENOMENA HIPERREALITAS DALAM NEW MEDIA Tinjauan Equilibrium Etika Tri Hita Karana." *Sustainability (Switzerland)* 11, no. 1 (2019): 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsiurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_M_ELESTARI.
- . *Melawan Hoax Di Media Sosial Dan Media Masa. Sustainability (Switzerland)*. Vol. 11, 2019. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsiurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_M_ELESTARI.