



**HIPERREALITAS PENGGUNA TIKTOK  
(STUDI KASUS PADA ANAK-ANAK DI KABUPATEN OGAN KOMERING ULU)**

***TIKTOK USER HYPERREALITY  
(CASE STUDY OF YOUTH IN OGAN KOMERING ULU DISTRICT)***

**Rahma Putri Maharani<sup>1</sup>, Umi Rahmawati<sup>2</sup>, Dian Novitasari<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Universitas Baturaja

Jl. Ki Ratu Penghulu No.2301, Karang Sari Baturaja OKU, Indonesia

<sup>2,3</sup>Universitas Baturaja

Jl. Ki Ratu Penghulu No.2301, Karang Sari Baturaja OKU, Indonesia

[rahmaputrimaharani170812@gmail.com](mailto:rahmaputrimaharani170812@gmail.com); [Umir1964@gmail.com](mailto:Umir1964@gmail.com); [diannovitasari.as@gmail.com](mailto:diannovitasari.as@gmail.com)

Diterima tgl. 19 Maret Direvisi tgl. 20 Mei Disetujui tgl. 10 Juni

**ABSTRACT**

*TikTok is a social media that is currently being used by all groups, especially young people, so that the current existence of TikTok social media has created an interesting phenomenon to study, that this phenomenon has led to a hyperreality. TikTok users who present themselves beyond the existing reality are considered to have displayed lies with the aim of being seen by others. This study uses hyperreality theory as an analytical choice using a critical paradigm, with a qualitative type. The technique of determining the informants was done by purposive sampling. The results of this study indicate that the hyperreality that occurs in the TikTok application, in particular, shows the level of hyperreality among young people with different levels. In the simulation, informant 1 was more directed towards the lifestyle of the appearance he followed from his idol, informant 2 showed more towards a lifestyle that looked aesthetic, by looking for photo or video spots that could be used as photo spots, while informant 3 was more directed by publishing expensive items so that looks rich and luxurious. The simulakra that occurs is that informants 1, 2 and 3 get their own satisfaction, by doing this can increase self-confidence, praise and recognition even though what is shown is only pseudo reality.*

**Keywords:** *Hyperreality, TikTok Application*

**ABSTRAK**

TikTok merupakan salah satu media sosial yang kini sedang viral digunakan oleh semua kalangan khususnya kalangan anak muda. Sehingga keberadaan media sosial TikTok saat ini ternyata menciptakan fenomena yang menarik untuk dikaji, bahwa fenomena ini telah mengarah pada sebuah hiperrealitas. Pengguna TikTok yang menampilkan diri melebihi dari realitas yang ada yang dinilai telah menampilkan kebohongan dengan tujuan untuk dilihat orang lain. Penelitian ini menggunakan teori hiperrealitas sebagai pilihan analisis menggunakan paradigma kritis, dengan tipe kualitatif. Teknik penentuan informan dilakukan secara purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hiperrealitas yang terjadi pada aplikasi TikTok, secara khusus menunjukkan tingkat hiperrealitas dikalangan anak muda dengan tingkat berbeda-beda. Pada simulasi informan 1 lebih mengarah kepada gaya hidup penampilan yang diikutinya dari idolanya, informan ke 2 lebih menunjukkan kepada gaya hidup yang terlihat aesthetic, dengan mencari tempat foto atau video yang dapat dijadikan spot foto, sedangkan informan 3 lebih mengarah dengan mempublikasikan barang-barang mahal untuk terlihat kaya dan mewah. Simulakra yang terjadi bahwa informan 1, 2 dan 3 mendapat kepuasan tersendiri, dengan melakukan hal ini dapat meningkatkan rasa percaya diri, pujian dan pengakuan meski yang ditampilkan hanyalah realitas semu.

**Kata Kunci :** Hiperrealitas, Aplikasi TikTok





## 1. PENDAHULUAN

Generasi Millennial (Generasi Internet) merupakan istilah yang akhir-akhir ini menjadi suatu fenomenal sering diidentikan sebagai generasi muda yang tumbuh besar disaat perkembangan teknologi sedang maju pesat.

Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, salah satunya dengan hadirnya inovasi teknologi baru yang disebut dengan *new media*. *New media* merupakan media baru yang menghadirkan media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi yang efektif.

Perkembangan media sosial sudah semakin pesat saat ini mengingat peran teknologi sudah tidak dapat dilepaskan dari kehidupan masyarakat yang digunakan sebagai aktifitas keseharian bersosial boomingnya media sosial saat ini kini munculnya salah satu aplikasi berbasis video singkat yaitu TikTok.

TikTok merupakan salah satu media sosial yang kini sedang viral digunakan di kalangan anak-anak hingga dewasa. menawarkan konten video yang lebih bebas, lucu dan terkesan receh. Dengan memiliki fasilitas video berdurasi 30 detik, memberikan *special effect* yang unik penggunaanya dapat melakukan performa beragam gaya dan tarian.dilengkapi backsound lagu dari berbagai macam kategori, dan adanya efeect 3d, serta filter wajah menambah kesan menarik. Video pendek dapat dibagikan penggunaanya dengan tujuan dapat dilihat oleh pengikutnya (*Followers*) tidak sedikit banyak orang menganggumi hingga menjadi booming bahkan membuat banyak orang humming sehingga terdapat munculnya saleb TikTok yang disebut dengan TikTokers.

Semakin boomingnya aplikasi TikTok saat ini dengan penawaran bebas yang diberikan membuat penggunaanya menjadikan aplikasi ini sebagai ajang menampilkan diri secara bebas menampilkan video yang memperlihatkan ketidapkantasan diri. Kebebasan TikTok ini tidak dapat dicegah lagi sehingga membuat aplikasi ini harus diblokir sudah membawa dampak negatif.

”Aplikasi TikTok diblokir pada 3 juli 2018. Kemenkominfo telah melakukan pemantauan mengenai aplikasi ini selama sebulan mendapati banyak masuknya laporan. Terhitung sampai 3 juli ada 2583 laporan. Menurut Menteri Rudiantara,banyak sekali konten negatif,tidak senonoh, mendidik. Namun dengan berbagai pertimbangan dan regulasi baru pada agustus 2018 TikTok dapat kembali diunduh”.(<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/alasan-kominfo-blokir-tik-tok>)

Keberadaan media sosial TikTok ini ternyata menciptakan fenomena menarik untuk dikaji lebih dalam. Salah satu fenomena yang terjadi saat ini pada aplikasi TikTok menunjukkan bahwa realitas pada seseorang sebagai pengguna TikTok hanya terpaut pada apa yang ditampilkan oleh sebuah video pendek yang di unggah untuk menarik perhatian orang lain tanpa peduli kehidupan nyata, sehingga realitas yang dibangun sudah tidak sesuai dengan kenyataan. Fenomena ini dinilai telah menjadi distorsi ke sebuah hiperrealitas yaitu terlihat pada media sosial yang ditampilkan serta informasi yang memberikan penawaran fasilitas menarik. media dengan sengaja menciptakan suatu kondisi dimana orang digiring untuk mempercayai citra sebagai sebuah kebenaran, meskipun pada kenyataan hanyalah sebuah simulasi yang terjadi karena citra (*image*) menjadi sebuah hiperrealitas.

Hiperrealitas sebuah ungkapan yang dikonsepskan oleh Jeand Baudrillard. ”Menurut Jeand Baudrillard, yang disebut sebagai dunia hiper-realtitas atau dunia yang melampaui realitas (*hyper-reality*). Pada dasarnya sebuah realitas yang bersifat *artificial*atau *superficia*,yang tercipta lewat bantuan teknologi simulasi dan rekayasa pencitraan, yang mengambil alih dunia realitas yang alamiah”.(Piliang: 2010:198).





Kabupaten Ogan Komering Ulu termasuk daerah yang booming pada penggunaan TikTok khususnya anak-anak muda, berdasarkan pra penelitian yang peneliti lakukan anak-anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu menggunakan TikTok dengan tujuan untuk populer dan terkenal.

Pra penelitian yang dilakukan pada beberapa pengguna TikTok salah satu anak-anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu bahwa TikTok menjadi tempat kegiatan untuk menampilkan diri untuk cepat terkenal dan berdasarkan pengamatan pada anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu terhadap aplikasi TikTok di fokuskan pada penampilan dan gaya yang ditunjukkan. Penulis tertarik untuk menganalisis hiperrealitas pengguna TikTok Pada anak muda di Kabupaten OKU karena, boomingnya aplikasi TikTok membuat kalangan anak muda saat ini menggunakan aplikasi ini telah mengarah ke sebuah hiperrealitas dengan menampilkan realitas semu.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Hiperrealitas Pengguna TikTok Pada Anak-Anak Muda"? Dengan tujuan penelitian untuk melihat Hiperrealitas Pengguna TikTok Pada Anak-Anak Muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya dan bagi pengembangan ilmu komunikasi, juga diharapkan mampu menjadi referensi untuk mengetahui hiperrealitas yang terjadi pada kalangan anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu.

## **KAJIAN LITERATUR**

### **Penelitian Terdahulu**

Beberapa penelitian terdahulu antara lain oleh Dian Novitasari berjudul analisis mitos gaya hidup dalam iklan #ada aqua versi selfie, hasil penelitian iklan Aqua vesi selfie berusaha untuk menanamkan mitos minum Aqua sebagai bagian dari gaya hidup sehat bahwa kurang minum dapat menurunkan konsentrasi dan fokus. minan gaya hidup masa kini yang gemar menonton konser, gaya berpakaian kekinian oleh model dan gemar melakukan selfie untuk eksistensi diri.

Penelitian lain oleh Umi Rahmawati makna cantik iklan kosmetik (Analisis semiotika Charles S. Pierce pada iklan wardah kosmetik versi kisah ramadhan 2019#selalu bersyukur) menunjukkan bahwa kecantikan muncul dari kepercayaan diri seorang perempuan, iklan wardah menginspirasi para perempuan tetap dapat fashion meskipun menggunakan hijab yaitu dengan selalu bersyukur dan percaya diri. Menggunakan metode kualitatif dengan analisis semiotik.

Selanjutnya, penelitian lain dari Eko Setiawan, yang berjudul "Hiperrealitas Dalam Tayangan Reality Show (Analisis Wacana Kritis Hiperrealitas Dalam Relasi Tidak Setara Perempuan Terhadap Laki-Laki Di Tayangan Reality Show Termehek-Mehek Bulan Juli-Agustus 2009). Hasil penelitian menunjukkan tayangan termehek-mehek reality show menjadi tayangan yang menuju kearah hiperrealitas dengan melalui sebuah skenario, tidak ada lagi realitas terlihat pada representasi tampilan reality show, narasi pencitraan menjadi penentu jalan cerita untuk membuat opini penonton pelan-pelan digiring oleh narator menuju realitas semu. Menghubungkan narasi cerita dan wacana, dengan menitikberatkan penokohan pada perempuan dalam suatu hubungan, menggunakan teori semiotika untuk membaca sebuah fenomena hiperrealitas yang terdapat pada simbol, tanda, arti gerakan, metode yang digunakan kualitatif untuk memahami fenomena yang dialami objek, penambahan analisis wacana kritis digunakan untuk melihat bagaimana hubungan narasi cerita antar objek diceritakan. Selanjutnya penelitian oleh Herlinda Fitria yang berjudul "Hiperrealitas Dalam Sosial Media"( Studi Kasus: Makan Cantik Senopati Masyarakat Perkotaan). Hasil penelitian mendeskripsikan makan cantik menjadi trend dilakukan anak muda khususnya yang tinggal di perkotaan menunjukkan sisi





masyarakat kelas atas dianggap kekinian dengan menampilkan sebuah foto kemudian membagikan ke sosial media instagram, makan cantik simulasi yang sengaja dibentuk untuk menampilkan image, tetapi berlainan dengan kondisi yang nyata, namun menampilkan sebuah hiperrealitas.

New Media merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung kedalam jaringan, contohnya internet.(Fachruddin, 2019:38).Sedangkan gaya hidup, menurut Piliang mendefinisikan sebagai pola penggunaan waktu, ruang, uang dan barang karakteristik sebuah kelompok masyarakat. Pola-pola tersebut dimuati dengan tanda dan simbolik tertentu yang menciptakan perbedaan antar satu kelompok dengan kelompok lainnya”(Novitasari,2018:228). Dalam penelitian ini dianalisis secara kualitatif menggunakan teori hiperrealitas dari Jean Baudrillard dengan melalui 2 konsep simulasi dan simulakra dalam melakukan penelitian. Teori hiperrealitas” menurut Baudrillard disebut sebagai dunia hiperrealitas atau dunia yang melampaui batas( *hyper-reality*)pada dasarnya adalah sebuah realitas yang bersifat *artificial* atau *superficial*, yang tercipta lewat bantuan teknologi simulasi dan rekayasa pencitraan, yang mengambil alih dunia realitas yang alamiah”(Suyatno, 2011:198).

Simulasi merupakan realitas buatan awal terbentuk masyarakat hiperrealitas karena melalui proses reproduksi. ”Dunia simulasi adalah dunia yang dibentuk oleh berbagai hubungan tanda dan kode secara acak tanpa acuan referensi yang jelas, hubungan ini melibatkan tanda real (Fakta) yang tercipta melalui proses produksi, serta tanda semu(Citra) yang tercipta melalui proses reproduksi”.(Lubis, 2014:174). Simulasi menjelaskan semula yang terlihat semu menjadi tampak nyata hal itu disebabkan oleh image yang ditampilkan melupakan realitas sesungguhnya. Simulakra Dijelaskan dalam (Lubis, 2014: 186-188) bahwa simulasi dan simulakra memiliki perbedaan tipis sulit untuk dibedakan, ”Baudrillard membuat definisi menjadi 4 tantangan, tantangan pertama mulai renaissance sampai awal revolusi industri, pemalsuan atau peniruan terhadap yang asli terjadi misalnya pemolesan dan mencontoh yang asli. Pada tantangan kedua, era industri yang dicirikan oleh produksi dan rangkaian reproduksi murni dari objek identik dengan pengulangan objek yang sama, misalnya menghasilkan reproduksi yang sama. Pada tantangan ketiga, didominasi oleh kode dan simulasi,didominasi oleh model ketimbang produksi industri, era ini dikarakteristikan dengan reproduksi bukan produksi, misalnya fashion, media, iklan. Konsep simulasi dan simulakra dijelaskan sebagai tindakan hanya menampilkan citra kepada orang lain.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini mengambil fokus studi kasus pada anak-anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu. Di dalam penelitian ini menggunakan paradigma kritis, untuk membahas permasalahan tentang fenomena dari suatu media sosial, paradigma kritis untuk melihat suatu realitas apa yang tampak bukan pada realitas itu sendiri, melainkan menampilkan ilusi dan distorsi.

Metode penelitian yang digunakan kualitatif, penelitian kualitatif merupakan “suatu penelitian yang hasil penelitiannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau metode kuantifikasi yang lain, penelitian ini menggunakan pendekatan naturalistik untuk memahami suatu fenomena tertentu”. (Anggito,Setiawan:2018:8-9). cara yang dipilih ini digunakan untuk menggali informasi lengkap dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan 4 informan yang di tentukan secara purposive sampling. Menurut Kriyantono (2006:156) teknik purposive sampling yaitu untuk mencakup orang-orang yang di seleksi berdasarkan tujuan penelitian, sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel .Penelitian ini terdiri dari 3 informan anak muda yang berusia dari 16 tahun dan 25 tahun. dan 1 informan seorang pengamat akademisi, guna untuk mengetahui lebih jelas fenomena yang terjadi khususnya pada penelitian ini. Data dikumpulkan secara





primer dengan menggali informasi biografi dari informan, akun TikTok yang digunakan informan serta gambar. Selain itu menggunakan teknik wawancara secara mendalam kepada informan secara observasi langsung guna untuk menggali data yang lebih akurat. Untuk menguatkan data dari penelitian ini diperoleh dari berupa buku referensi, jurnal ilmiah, internet dan dokumentasi.

Dalam menguji keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi, sebagai pemeriksaan data untuk memahami fenomena terhadap apa yang sedang diteliti. "Triangulasi yaitu menganalisis subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lain yang tersedia)". (Kriyantono:2006:71). Triangulasi terbagi dari beberapa macam triangulasi sumber, waktu, teori, periset, metode. Untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik Triangulasi sumber. Didalam Triangulasi sumber digunakan 2 teknik dalam melakukan penelitian yaitu secara observasi langsung dan wawancara mendalam kepada masing-masing informan, tujuannya agar mendapatkan keabsahan data yang akurat sesuai dengan penelitian ini untuk memperoleh informasi yang benar, dengan membandingkan informan melalui wawancara dan pengamatan secara langsung.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

TikTok merupakan aplikasi lipsync yang berbentuk video singkat yang memiliki durasi 15 sampai 30 detik dengan dilengkapi beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini dapat di download dengan mudah melalui playstore dengan memiliki keunggulan yang cukup menarik penggunaannya merasa nyaman dan senang yaitu adanya filter effect, filter wajah, effect 3dimensi dan tampilan special effect yang digunakan untuk mengedit agar terlihat menarik seperti keinginan penggunaannya. Aplikasi ini terkenal sebagai aplikasi yang memiliki beberapa kelebihan, membuat video dengan memiliki waktu selow (hitung mundur) yang lebih lama, adanya tampilan point rupiah dan saldo untuk diberikan kepada penggunaannya yang terkenal maupun hanya menonton video saja.

TikTok diluncurkan pada tahun 2016, namun tidak sampai satu tahun aplikasi ini mampu bersaing dan lebih menonjol mengalahkan aplikasi lain, dengan memiliki misi untuk merekam dan menyajikan kreativitas momen berharga melalui ponsel. Yang membuat aplikasi ini menonjol diantara pesaing aplikasi lain karena aplikasi ini memungkinkan penggunaannya untuk bisa menjadi konten kreator.

Kehadiran TikTok saat ini sudah menjadi fenomena pada semua kalangan masyarakat, termasuk anak-anak muda yang menjadi mayoritas utama paling banyak yang membuat aplikasi ini meroket dengan begitu pesat. Dari penggunaan yang bermula membuat video lipsync sebagai hiburan, kemudian berambisi untuk viral dengan cepat. TikTok dibuat untuk menjadi kreativitas anak muda yang ingin menjadi konten kreator, tetapi banyak kalangan anak-anak muda justru terjebak pada fenomena ini. Penggunaan TikTok sudah menjadi kebutuhan hidup saat ini yang diikuti oleh anak muda untuk meniru gaya hidup seperti idolanya. Kini anak-anak muda sering menampilkan gaya yang tidak sesuai dengan kehidupan realitas, seperti menampilkan video dari hasil meniru gaya hidup orang lain yang berbeda jauh dari apa yang ditampilkannya pada realitasnya hanya untuk dianggap trend dan kekinian.

Fenomena TikTok dikalangan anak muda saat ini seharusnya sudah menjadi perhatian, jangan sampai fenomena ini membuat generasi muda kehilangan identitas diri sudah menjadi tidak peduli dengan realitasnya, TikTok yang seharusnya digunakan sebagai aplikasi penghibur sebagai ajang berkreasi, memperluas jaringan pertemanan tetapi justru menjadi fenomena yang mengarahkan anak-anak muda kepada hiperrealitas. Fenomena ini semakin meningkat, terlihat jelas pada diri anak muda







yang berambisi, ditambah lagi TikTok memberi ruang kepada penggunanya untuk mendapatkan penghasilan..

Dalam penelitian ini membahas tentang hiperrealitas pengguna TikTok pada kalangan anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu, menggunakan empat informan yang terdiri dari 3 pengguna TikTok anak muda, dan 1 informan pengamat akademisi. Untuk membandingkan dan mengecek ulang tingkat derajat kepercayaan suatu informan yang diperoleh dari sumber yang berbeda dari hasil pengamatan langsung dan wawancara mendalam, penyebab hiperrealitas terjadi dikalangan anak muda saat ini karena TikTok sebagai anak media sosial mampu memberikan keunggulan yang memberikan ruang kepada anak muda untuk menuangkan imajinasi dan mengeskpresikan kreativitas dalam membuat video dari berbagai tema.

Informan pertama seorang perempuan berusia 16 tahun disapa dengan amel, berstatus pelajar. Informan ini pengguna aktif TikTok yang selalu memprioritaskan penampilannya sebelum menampilkan video, bahkan informan ini berkali-kali membuat video TikTok sesuai dengan keinginannya untuk terlihat dewasa dan kekinian mengikuti idolanya. Informan kedua, bernama ressy clara berusia 16 tahun dan berstatus pelajar, informan ini dikenal sebagai pengguna TikTok yang aktif dengan menampilkan gaya hidup yang ingin terlihat *aesthetic* (seni), informan ini termasuk anak muda yang ingin terlihat kekinian seperti gaya hidup saleb TikTokers idolanya, dengan gaya *aesthetic* yang ditampilkannya, untuk menampilkan video informan kedua ini mencari tempat yang sedang viral atau tempat-tempat nongkrong yang dianggap terlihat *aesthetic* seperti *caffe aesthetic* itu sendiri diikutinya sedang viral saat ini. Informan ketiga, seorang laki-laki bernama Riko Saputra, memiliki karakter yang supel, ceria dan humoris, informan ini juga pengguna aktif TikTok, yang sering menampilkan video seperti mempublikasikan barang-barang mewah yang bukan miliknya, yang dipinjamnya dari keluarganya, seperti kendaraan mobil, dan rumah, untuk mengikuti seperti gaya hidup seperti idolanya yang terkenal di TikTok, agar dirinya dapat terkenal seperti idolanya. Selanjutnya informan ke empat ini seorang pengamat akademisi bapak Achmad Rosihan, M.S.i, yang memahami di bidang media, terutama pada penelitian ini.

### **3.1. Analisis Hasil Penelitian**

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih, menjadi media komunikasi yang berguna untuk mempermudah manusia saling berinteraksi, salah satunya menghadirkan new media berbentuk media sosial yang serba instan.

TikTok pada kalangan anak-anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu saat ini menjadi trend untuk para penggunanya mengarah kepada hiperrealitas. Sehingga yang terjadi dikalangan anak muda melakukan berbagai cara salah satunya dengan mengubah gaya hidup mengikuti gaya hidup orang lain atau idolanya dengan melebihi dari kehidupan realitasnya, dengan tujuan untuk dapat perhatian dari orang lain sehingga dapat viral dan terkenal seperti idolanya.

TikTok merupakan aplikasi dari media sosial yang saat ini banyak disukai pada semua kalangan terutama mayoritas anak muda dalam berkreatifitas menampilkan diri masing-masing, dengan keunggulannya yang menarik sehingga dengan mudah aplikasi TikTok menjadi favorit di semua khususnya kalangan anak muda.

Aplikasi ini ternyata menciptakan fenomena pada semua kalangan, termasuk anak-anak muda, sering menggunakan TikTok dimana saja, seperti salah satunya di mall dan *caffe*, apa yang sering ditampilkan oleh anak-anak muda ini hanyalah realitas semu, tidak sesuai realitasnya. Inilah yang menimbulkan hiperrealitas, hiperrealitas itu sendiri yaitu apa yang ditampilkan melebihi dari realitasnya, yang artinya gaya hidup yang ditampilkan telah melebihi dari realitas sesungguhnya.





Pada Penelitian ini hanya berfokus pada hiperrealitas yang ditampilkan seseorang yang tercipta melalui bantuan teknologi, terciptanya simulasi bantuan periklanan, atau dengan melalui media sosial, yang telah direduksi pada sebuah layar kaca melalui gawai, sehingga tidak ada lagi kehidupan sesungguhnya pada tantangan sosial, melainkan sudah bergeser pada sebuah aplikasi hiburan yang dituangkan melalui video. TikTok menarik penggunaannya untuk keluar dari dunia nyata dengan mengubah citra (image) seseorang yang ditampilkan pada realitas semu.

### **Simulasi Dan Simulakra**

Simulasi, merupakan proses bentuk nyata yang semula awalnya natural, kemudian membentuk ilusi, khayali menjadi tampak nyata.

Simulasi terbentuk disebabkan oleh citra seseorang yang ingin ditampilkan sehingga mengubah seseorang pada realita sesungguhnya. Seseorang itu tertarik mengubah gaya hidupnya dengan mengikuti gaya orang lain pada kondisi ketika seseorang itu melihat kemudian tertarik, memiliki keinginan dan rasa ingin tahu yang tinggi bagaimana bisa menjadi seperti orang lain, maka seseorang itu sudah teridentifikasi dengan kelompok sosial pada aplikasi itu, maka citra yang ditampilkan akan mempengaruhi untuk mendorong keinginan seseorang mengubah dirinya agar terlihat melebihi dari realitasnya, seperti ingin terkenal. Berawal dari simulasi tertarik mengikuti gaya hidup seperti orang lain seseorang itu menjadi nyaman, sehingga apa yang ditampilkannya hanyalah realitas semu yang jauh berbeda dari realitas aslinyahingga berlangsung secara terus menerus dan ini sudah menjadi simulakra.

Simulakra adalah sebuah duplikasi yang tidak pernah ada, tetapi antara duplikasi tiruan dan fakta menjadi satu. Dimana seseorang tersebut menampilkan duplikasi diri mereka yang sebenarnya hanyalah realitas semu yang mereka tampilkan. Dikatakan oleh informan pertama, *“Dari TikTok inilah, aku bisa mengubah penampilan aku untuk selalu update dengan fashion seperti gaya-gaya hits idolaku, biar terlihat dewasa aku biasanya make up an dulu, cari baju yang cocok, biar kelihatan seperti dewasa”* (wawancara, 20 Januari 2021 pukul 12.00-12.28 Wib)

Informan pertama tertarik menggunakan TikTok mencari kepuasan untuk mengikuti gaya hidup dan fashion seperti idolanya dengan cara mengubah penampilannya untuk terlihat dewasa, bahkan informan ini berkali-kali membuat video agar sesuai dengan keinginannya dengan tujuan agar dapat populer seperti idolanya. Sedangkan Informan kedua mengatakan, *“kalo aku suka main TikTok karena lebih senang ngikutin gaya hidup idolaku yang lebih aesthetic dengan video dan gaya fashionya, seperti mencari tempat-tempat yang bagus untuk buat video dan foto, misalnya tempat-tempat hangout, atau yang lagi viral di baturaja biar terlihat aesthetic”* (wawancara 25 Januari 2021 pukul 12.00-12.28 Wib). Informan kedua lebih cenderung tertarik menggunakan TikTok ingin mengikuti gaya hidup aesthetic yang sedang viral pada kalangan anak muda yang diikutinya seperti gaya hidup idolanya dengan mencari tempat yang sedang viral di baturaja, atau cafe dan mall, seperti apa yang ditampilkan oleh idolanya yang terkenal dengan gaya hidup aesthetic yang ditampilkan pada TikTok. Sedangkan informan ketiga, mengatakan hal yang sedikit berbeda, *“kalau saya lebih tertarik main TikTok untuk menunjukkan barang-barang seperti mempublikasikan kegiatan saya, menunjukkan rumah, kendaraan seperti idola saya Cuma menunjukkan gaya hidup seperti itu bisa terkenal, dengan begitu agar terlihat seperti orang kaya, banyak yang melihat dan dipuji orang lain”* (wawancara 18 Januari 2021 pukul 14.00-14.20 Wib). Informan ketiga cenderung tertarik menggunakan TikTok memiliki ambisi untuk populer seperti idolanya, dengan mengikuti gaya hidup dengan menampilkan barang-barang mewah seperti kendaraan, dan rumah untuk dipublikasikan pada aplikasi TikTok. Agar dianggap mewah, dan kaya informan ini bertujuan untuk mendapatkan pujian





dari orang lain dan pengakuan dari orang lain. Kemudian informan keempat seorang pengamat akademisi melihat anak-anak muda yang telah mengarah kepada hiperrealitas ini memberi tanggapan, *“Sebenarnya ini masalah identitas, kenapa orang itu mau melakukan apa saja di media sosial, agar dia bisa terkenal karena yang dia cari identitas dirinya. Mungkin saja identitas dia yang lama itu tidak didapatkan sepenuhnya, dia mau mencari identitas yang menurut dia bisa didaparkannya pada media sosial dengan cara seperti itu”* (wawancara 28 januari pukul 11.00 Wib). Informan ke empat ini memberi tanggapan bahwa hal ini dapat terjadi cenderung lebih mengarah kepada masing-masing individu dari informan itu sendiri, bagaimana seseorang itu untuk mencari identitas diri masing-masing dari individu itu sendiri yang bisa didaparkannya melalui media sosial TikTok ini.

Berdasarkan wawancara pada keempat informan, diketahui bahwa aplikasi TikTok ini sangat disukai oleh kalangan anak-anak muda, dengan tujuan agar dapat viral untuk menjadi anak muda yang kekinian, keberadaan aplikasi ini sebagai media sosial sudah tidak bisa dilepaskan lagi dari gaya hidup generasi millennial yang setiap saat menggunakan media sosial ini.

Setelah mengetahui informasi simulasi ketertarikan masing-masing informan dalam menggunakan aplikasi TikTok ini, kemudian wawancara dilakukan kembali untuk menanyakan setelah ketertarikan menggunakan TikTok kemudian gaya hidup dengan meniru gaya orang lain dilakukan berlangsung lama, yang menjadi simulakra. Informan pertama mengatakan, *“lebih nyaman dan senang, dengan gaya hidup terlihat dewasa, tidak terlihat seperti anak sekolah, lebih kelihatan seperti anak kuliah sebab di TikTok yang saya ikuti juga orangnya dewasa, jadi memang saya mau seperti tampilan idola saya, biar sama persis dengan begitu kemungkinan lama-lama juga bisa viral, banyak yang follow seperti idola yang saya ikuti”* (wawancara 20 januari 2021 pukul 12.00-12.28 Wib). Pendapat informan pertama ini mengemukakan bahwa dirinya sangat nyaman dengan gaya hidup yang terlihat dewasa, dibandingkan dengan gaya hidup didalam kehidupannya. Kemudian informan kedua mengatakan, *“Nyaman karena, biar dilihat oleh orang lain, ngikutin yang lagi viral, untuk bisa fashion yang bagus dengan ngikutin gaya saleb idolaku, jadi tau fashion yang lagi hits, gaya hidup anak muda yang keren dan model kekinian dengan menampilkan video ke tempat-tempat yang sedang viral dikunjungi, kan kelihatan aesthenticnya, jadi bisa dipamerkan dengan teman-teman, jadi gaya hidup saya merasa seperti saleb juga”* (wawancara, 25 januari pukul 12.00-12.25 Wib). Informan kedua, mengungkapkan dirinya lebih nyaman gaya hidup seperti itu, yang dimilainya aesthentic, karena aesthentic membuat dirinya seperti anak muda yang gaul dan kekinian. Sedangkan pendapat informan ketiga mengatakan, *“Nyaman seperti ini, orang juga tidak mengenali saya di TikTok, kenapa juga harus malu, lagian saya juga ingin tahu bagaimana rasanya jadi saleb TikTok yang terkenal dengan gaya hidupnya yang terkesan mewah dan kaya seperti mempublikasikan kemewahan agar bisa terkenal”* (wawancara 18 januari 2021 pukul 14.00-14.20 Wib). Informan keempat, memberi tanggapan, *“Biasa aja sebenarnya, cuma mereka ini perlu diedukasi yang baik, karena itu tadi mereka ingin mencari identitas, jadi setiap ada perkembangan teknologi yang menurut mereka viral mereka akan terus mengikutinya karena mereka menang anak-anak muda yang saat ini punya rasa ingin tahu”* (wawancara 28 januari 2021 pukul 11.00 Wib). Informan keempat mengarahkan anak-anak muda ini untuk diedukasi pemahaman penggunaan media sosial terutama aplikasi TikTok ini. dari hasil wawancara mengenai simulakra yang terjadi pada anak-anak muda yang mengalami hiperrealitas ternyata aplikasi TikTok ini memiliki efek pada anak muda yaitu dengan mengubah gaya hidup mereka seperti yang diinginkannya masing-masing untuk dapat dilihat oleh orang lain. Dari jawaban masing-masing informan tersebut bahwa apa yang ditampilkan pada aplikasi TikTok itulah yang sudah menjadi seperti dirinya sendirididalam realitas semu yang ditampilkan pada gawai. Berbagai bentuk manfaat serta keburukan apabila anak muda ini terus menerus berambisi







dengan aplikasi ini yang mengarah kepada hiperrealitas pada setiap waktu, kapan, dan dimana saja berada tidak adanya lagi rasa peduli inilah yang menjadi simulakra.

Fenomena TikTok ini terjadi dari penggunaan aplikasi ini yang semakin hari semakin meningkat penggunaannya, khususnya kalangan anak muda. Tidak heran dari hasil pengamatan sering penulis temukan di beberapa tempat, baik itu seperti di jalan raya, di rumah, di tempat nongkrong keramaian, mall banyak sekali anak-anak muda sedang menggunakan aplikasi ini, dengan gaya hidup yang ditampilkannya. Fenomena inilah yang terjadi telah mengarah pada sebuah hiperrealitas. Hiperrealitas merupakan hal yang jelas terlihat dalam konteks media sosial, khususnya pada saat ini yang ditampilkan anak-anak muda

Berdasarkan wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa pengguna TikTok pada anak muda ini menggunakan TikTok dengan tujuan masing-masing untuk yang sama ingin populer dan terkenal secara instan. Fenomena TikTok terjadi dari penggunaan aplikasi ini semakin hari semakin meningkat, banyak anak muda menggunakan TikTok telah mengarah kepada sebuah hiperrealitas. Dengan berdasarkan wawancara deskripsi menyeluruh dari setiap informan tersebut mengenai kajian penelitian hiperrealitas pengguna TikTok di Kabupaten Ogan Komering Ulu studi kasus pada anak-anak muda ini, dengan menggambarkan bagaimana konsep dari teori hiperrealitas yang dikemukakan oleh seorang pakar teoritikus Jeand Baudrillard yang terjadi pada kalangan anak muda menggunakan TikTok bahwa, anak-anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu banyak menampilkan gaya hidup yang terlihat melebihi dari realitas aslinya yang disebut sebagai hiperrealitas. Hiperrealitas terbentuk melalui dua konsep yaitu terdiri dari konsep simulasi dan simulakra, yang membedakannya adalah simulasi yaitu awal reproduksi hiperrealitas terjadi awalnya seseorang terlihat natural lalu membentuk citra (image) yang ingin ditampilkannya kepada orang lain, karena dianggapnya dengan cara mengikuti gaya orang lain yang terkenal atau idolanya dirinya dapat menjadi seperti orang tersebut, dari mengikuti kemudian menjadikan sebuah gaya hidup pada realitas semu untuk ditampilkan pada aplikasi TikTok inilah sudah menjadi simulakra.

Konsep pertama simulasi, dimaksudkan sebagai awal reproduksi terbentuknya hiperrealitas dimana pengguna TikTok berawal dari melihat kemudian tertarik untuk mengikuti gaya hidup orang lain dengan tujuan menarik perhatian orang lain, ingin mendapatkan pujian, dan pengakuan dari orang lain.

Sedangkan Konsep kedua simulakra, dimana seseorang pengguna TikTok tersebut menjadi nyaman menampilkan realitas semu yang berbeda dari realitas aslinya, hingga berlangsung lama dengan mengubah menampilkan gaya hidupnya menjadi gaya hidup yang baru yang ditampilkan pada aplikasi TikTok yang telah melebihi dari realitas aslinya.

Berdasarkan wawancara bahwa aplikasi ini dapat menarik penggunaannya, terutama dikalangan anak muda, masing-masing informan memberikan jawaban ketertarikan mengikuti gaya orang lain yang dikaguminya dapat mengubah dirinya menjadi tidak ketinggalan zaman. seperti yang dikatakan masing-masing informan bahwa dirinya merasa nyaman dan senang dengan gaya hidup yang diikutinya seperti idolanya untuk dirinya dirinya bisa tau fashion yang sedang kekinian, gaya hidup anak muda yang keren, dan kekinian tidak ketinggalan zaman dengan tempat-tempat yang sering dikunjungi seperti gaya hidup idolanya yang sedang viral dikunjungi, untuk dapat dipamerkan, bahwa dirinya kekinian dengan tujuan ingin populer seperti idolanya, merasa nyaman hingga berlangsung terus menerus mengikuti gaya hidup seperti idolanya memiliki rasa ingin terkenal dan populer dengan cepat dan instan, ingin mendapat pujian dan pengakuan bahwa dirinya terlihat kaya dengan menampilkan kemewahan.





Terdapat fakta menarik penemuan dari penelitian ini bahwa penyebab hiperrealitas dikalangan anak muda pada aplikasi TikTok terjadi karena aplikasi ini memberikan peluang bagi penggunanya untuk dapat menjadi viral dan terkenal dengan cara yang instan, juga TikTok memberikan saldo kepada pengguna yang terkenal sebagai bentuk penghasilan selain itu, munculnya hiperrealitas pada kalangan anak muda ini disebabkan karena terlalu seringnya anak-anak muda ini melihat gaya hidup pengguna lain yang terkenal atau idolanya melalui gaya hidup yang sering ditampilkannya, sehingga muncul ketertarikan untuk mengikutinya, gaya hidup dari pengguna lain dianggapnya terkesan mewah dan kekinian, dengan tujuan dirinya dapat populer seperti idolanya. sehingga berdasarkan terkait dengan teori hiperrealitas ini bahwa pengguna TikTok pada kalangan anak muda di Kabupaten Ogan Komering Ulu saat ini telah memiliki tingkat kepuasan dan kebanggaan serta rasa percaya diri tersendiri yang ingin terlihat bahwa dirinya dapat melebihi dari orang lain, selain itu ingin mendapat pujian dan pengakuan dari orang lain.

Terkait penelitian ini bahwa masalah hiperrealitas ini tidak memiliki dampak begitu besar, karena tidak selamanya hiperrealitas ini terjadi apabila dapat dikendalikan. Hiperrealitas tidak hanya dapat terjadi pada aplikasi TikTok saja, karena setiap perkembangan teknologi baru anak-anak muda bisa terjadi hiperrealitas, ini disebabkan rasa ingin tahu yang besar dari diri anak-anak muda ini. Hiperrealitas dapat dihentikan jika anak-anak muda ini mampu untuk mengendalikan dirinya untuk tidak muda menyukai atau berambisi terlalu berlebihan khususnya pada penggunaan aplikasi, seperti TikTok, serta diberi dengan pengetahuan bagaimana dalam penggunaan media sosial yang bijak, khususnya aplikasi TikTok yang seharusnya diperuntukkan sebagai tempat untuk mengalurkan kreatifitas anak muda yang dapat menginspirasi semua orang.

#### **4. PENUTUP**

Hasil dari penelitian yang dilakukan mengenai Hiperrealitas Pengguna TikTok Pada Kalangan Anak Muda Di Kabupaten Ogan Komering Ulu tentang fenomena media sosial TikTok yang mengarah kepada hiperrealitas, pertama, bahwa hiperrealitas pada anak muda berdasarkan dari teori hiperrealitas yang terdiri melalui 2 konsep simulasi dan simulakra bahwa dari awal terbentuknya hiperrealitas berawal dari simulasi, lalu konsep kedua simulakra dimana terdapat fakta menarik dari penemuan hasil penelitian dimana anak-anak muda ini memiliki tingkat kepuasan dan kebanggaan diri tersendiri, dengan menampilkan gaya hidup yang tidak sesuai dengan realitas aslinya yaitu menampilkan realitas semu untuk menarik perhatian orang lain Kedua, munculnya hiperrealitas disebabkan karena terlalu seringnya anak muda ini melihat gaya hidup dari pengguna lain, atau idolanya adanya ketertarikan untuk mengikuti karena dianggap mewah dan kekinian. Ketiga, anak muda ini lebih menyukai penampilan dirinya yang ditampilkan ya pada sebuah gadget, dibandingkan dengan keadaan dirinya pada sebuah realitas aslinya. Informasi didapatkan dari pengakuan informan, dan dari obserasi secara langsung, kemudian pada orang terdekatnya. Bahwa anak-anak muda ini terobsesi ingin menjadi orang lain yang dianggapnya terkenal dengan instan, apa yang ditampilkan anak muda ini pada sebuah aplikasi TikTok tidak terlihat dari apa yang ditampilkan dalam realitasnya. Kemudian keempat, pengguna TikTok menampilkan hiperrealitas dengan membuat konten video yang dapat menampilkan realitas semu yang mereka inginkan, seperti meminjam properti milik orang lain, dengan mencari spot-spot foto terbaik, dan menampilkan dirinya agar terlihat aestxetic seperti gaya hidup kekinian untuk mengikuti zaman.





### Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Ir.Hj. Lindawati, Mz.,Mt selaku Rektor Universitas Baturaja, Terimakasih kepada Ibu Dra. Umi Rahmawati,M.S.i selaku Dekan Fakultas FISIP Universitas Baturajasekaligus selaku pembimbing I, atas bimbingan dan arahnya kepada penulis dalam penyelesaian penelitian ini. Terimakasih kepada Ibu Dian Novitasari, M.I.Kom selaku Pembimbing IIdalam memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan. Terimakasih kepada Ibu Puspita Devi,M.pd selaku pembimbing akademik yang juga telah memberikan masukan dalam penelitian ini.serta pihak-pihak yang telah ikut membantu penelitian ini yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

### DAFTAR PUSTAKA

- Adityawarman, R. (2019). *Hoax Dan Heat Speech Di Dunia Maya*. Lembaga kajian asset budaya indonesia.
- Andreas, R. (2020). *Analisis Hiperrealitas dalam Film Spiderman : Far from Home ( 2019 )*. 2019, 31–38.
- Bagong, S. (2013). *Sosiologi Ekonomi Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Moderenisme* (ke 1). Prenada Media Group.
- Eko Setiawan. 2010. *Hiperrealitas Dalam Tayangan Reality Show Analisis Wacana Kritis Hiperrealias Dalam Relasi Tidak Setara Perempuan*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret, Jurusan Ilmu Komunikasi.
- Fitria, H. (2015). (Studi Kasus : Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan ). *Informasi*, 45(2), 87–100.
- Kriyantono, R. (2006). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Group.
- Lubis, A. Y. (2014). *Postmodernisme: Teori dan Metode* (ke 1). PT Raja Grafindo Persada
- Novitasari, D. (2018). Analisis Mitos Gaya Hidup Dalam Iklan #Ada Aqua Versi Selfie. *Mediakom*, 2(2), 219-237. <https://fikom.gunadarma.ac.id/mediakom/index.php/mediakom/article/view/18>
- Rudiantara. (2018). Alasan Kominfo Blokir TikTok. Juli 03, 2018, from: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/alasan-kominfo-blokir-tik-tok>
- Rahmawati, U. (2020). Makna cantik iklan kosmetik (Analisis semiotika Charles S.Peirce pada iklan wardah kosmetik versi ramadhan 2019#SelaluBersyukur). *Mediakom*, 1(1), <https://journal.unbara.ac.id/index.php/JM>
- Setiawan johan, anggito albi. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (L. deffi Ella (ed.); ke-1). C9V. Jejak.

