

BAB 1

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan teknologi dan informasi sudah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan teknologi. Dalam Karnia (2014), perkembangan media komunikasi antara lain dapat dilihat dari semakin meningkatnya ketergantungan terhadap penggunaan alat elektronik seperti *Tablet PC*, *iPhone*, *iPad*, dan *Android*, sehingga akses informasi lebih condong dilakukan melalui koneksi internet. Data jumlah pengguna ponsel yang dilaporkan oleh International Telecommunication Union (ITU) menyatakan bahwa saat ini, 86 dari 100 orang setidaknya memiliki satu buah ponsel. Sehingga diperkirakan, total pengguna ponsel di dunia sudah menembus angka 6 milyar. Kehadiran internet telah membawa revolusi pada cara manusia melakukan komunikasi. Internet dalam era informasi telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Internet disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situs informasi ke situs informasi lainnya dalam waktu yang singkat.

Internet memang membawa kemudahan bagi setiap penggunanya. Berbagai informasi dari seluruh dunia dapat pengguna dapatkan dengan sangat

mudah dan tentu dengan waktu yang cukup singkat. Dari informasi yang cukup umum diketahui oleh masyarakat, hingga informasi yang tidak banyak diketahui oleh masyarakat, khususnya bagi pengguna internet. Apapun dapat kita temukan hanya dalam waktu beberapa menit saja. Tentu ini adalah akibat dari kenajuan teknologi dan informasi yang cukup pesat. Padahal kita tahu bahwa sebelum mengenal media internet, manusia dalam mencari informasi cukup banyak membutuhkan biaya dan waktu yang cukup lama, terutama dalam kegiatan penemuan dan pencarian informasi yang dibutuhkan yang semuanya masih mengandalkan media kertas, dan mereka masih harus mencari di sebuah katalog dan media lainnya (Iik Novianto, 2012).

Menurut data yang ditulis pada wikipedia.org, pada awal kemunculannya yaitu pada tahun 1969, Internet lebih dikenal dengan sebutan ARPANET yaitu suatu proyek eksperimen yang dilakukan oleh Kementrian Pertahanan Amerika Serikat. Eksperimen ini bertujuan untuk mencoba menggali teknologi jaringan yang mampu menghubungkan para peneliti dengan sumber daya yang jauh seperti sistem komputer dan pangkalan data yang sangat besar. Konsep ini pertama kali ditulis oleh salah seorang peneliti dari MIT (Massachuset Institut Technology) yang menjelaskan bahwa interaksi sosial juga dapat dilakukan melalui sebuah jaringan komputer. Di dalam tulisan tersebut juga diuraikan mengenai konsep “*Galactic Network*” yaitu dimana ia memiliki visi dari sebuah jaringan komputer global yang saling berhubungan dimana setiap orang dapat mengakses data dan program secara cepat dan tepat dari tempat manapun

Internet membuat kita seolah kita berada dimanapun dan membawa kita ke tempat yang sebenarnya tidak nyata. Dengan adanya internet, manusia tidak perlu bertatap muka secara langsung dalam melakukan interaksi. Internet tidak mengenal batas ruang dan waktu. Penggunaanya dapat mengakses internet dimanapun dan kapanpun dia menginginkannya. Pada akhirnya internet akan membawa kita pada realitas yang baru, yaitu mampu mengubah jarak dan waktu menjadi tidak terbatas. Internet juga dapat membuat seseorang dapat melakukan berbagai macam aktivitas yang sulit dilakukan dalam dunia nyata karena terpisah oleh jarak. Di dalam realitas yang berjarak berkilo-kilo meter dari tempat manusia itu berada, dengan menggunakan internet seakan realitas tersebut hadir di hadapan kita.

Di era informasi saat ini ternyata juga meningkatkan rasa saling keterikatan masyarakat, dimana masyarakat semakin ingin untuk melakukan interaksi dengan menjalin hubungan sosial melalui jaringan media dunia maya, sehingga secara perlahan hubungan tersebut akan menggantikan dan melengkapi jaringan sosial kemasyarakatan maupun komunikasi secara langsung atau dengan bertatap muka. Dalam masyarakat tersebut, setiap orang dapat berhubungan serta berkomunikasi dengan lawan bicaranya melalui internet. Bahkan mungkin seseorang yang dulunya aktif melakukan kegiatan nyata dan mampu menghabiskan waktu yang cukup lama untuk mengobrol dan berbincang-bincang dengan teman maupun saudara, kini lebih menyukai mencari teman yang baru dari internet dan mulai meninggalkan kehidupannya sosialnya.

Hal ini sesuai dengan apa yang dikatakan oleh McLuhan mengenai jaringan sosial yang berkembang melalui media. Marshal McLuhan juga mengemukakan suatu konsep yang dikenal dengan *global village*. Konsep ini melihat ketika teknologi informasi sudah berkembang secara massal, maka secara bertahap teknologi tersebut akan mengubah masyarakat dunia lokal menjadi masyarakat global, sebuah dunia yang sangat transparan terhadap perkembangan informasi, transportasi serta teknologi yang begitu cepat dan juga begitu kuat mempengaruhi peradaban manusia, sehingga dunia ini dijuluki *The Big Village* yaitu sebuah desa yang sangat besar dimana masyarakatnya saling kenal dan saling menyapa satu sama lain tanpa batasan wilayah atau teritorial tertentu. Internet bukan hanya mampu menciptakan masyarakat dunia global, akan tetapi juga mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan baru bagi masyarakat sehingga tanpa disadari komunitas manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (Burhan 2007 dalam Lathif 2010).

Hadirnya internet saat ini tentu memudahkan masyarakat dalam berkomunikasi dan mencari informasi sehingga internet pun juga mengalami perkembangan yaitu dengan munculnya situs-situs baru yang bisa digunakan untuk membangun hubungan sosial di dunia maya. Situs tersebut biasa dikenal dengan situs jejaring sosial atau lebih dikenal dengan media sosial. Saat ini media sosial memang sedang digemari oleh masyarakat khususnya para remaja di perkotaan. Media sosial memudahkan masyarakat atau khususnya para pengguna nya untuk berbagi pengalaman dan informasi kepada teman-teman maupun

kerabatnya. Banyak sekali media sosial yang sudah dapat diunduh oleh para pengguna internet, antara lain yaitu media sosial *Friendster*, *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, dan akhir-akhir ini media sosial yang sedang fenomenal di kalangan para remaja adalah media sosial *Path*.

Menurut data yang dilansir oleh CNN Indonesia, jumlah pengguna media sosial di Indonesia sudah mencapai angka lebih dari 150 juta pengguna. Untuk media sosial Facebook di Indonesia sampai dengan bulan Juni 2014 sudah mencapai angka 69 juta anggota. Jumlah tersebut tentu saja sudah bertambah hingga pertengahan 2015 ini. Sementara itu, jumlah pengguna Twitter di Indonesia sudah genap 50 juta anggota dan angka itu akan terus bertambah di masa depan. Sedangkan *Tempo.co* pada bulan Februari 2014 melansir bahwa Indonesia menjadi negara pengguna *Path* terbesar di dunia. Dari dua puluh juta pengguna *Path* di dunia, Indonesia menjadi peringkat pertama yaitu dengan jumlah empat juta pengguna. Melihat bahwa *Path* merupakan media yang terbaru dibandingkan dengan media sosial lainnya yaitu facebook dan twitter, jumlah ini juga dinilai cukup fantastis.

Dailysocial.id juga menyatakan bahwa saat ini pengguna Facebook mengalami penurunan yang cukup drastis. Facebook kehilangan 5 juta akun asal Indonesia. Hal ini merupakan angka yang cukup besar. *SocialBakers* juga mengklaim bahwa Indonesia kini memiliki 36 juta pengguna Facebook, turun dari 40 juta beberapa bulan yang lalu. Menurut Ian Hogarth, CEO *Songkick* mengatakan bahwa pengguna Facebook mengalami penurunan drastis di Indonesia, karena pengguna Indonesia merasa bosan dengan Facebook dan mulai

berpindah ke media sosial yang lain. Sedangkan data yang diambil dari cnnindonesia.com, mengatakan bahwa pertumbuhan twitter di Indonesia hingga pertengahan 2015 ini mengalami pertumbuhan pengguna yang sangat lambat. Perusahaan mengatakan jumlah pertumbuhan rata-rata pada kuartal dua 2015 mengalami pertumbuhan paling lambat sejak mereka jadi melantai di bursa saham pada 2013. Berdasarkan data-data yang ditemukan ini menjadi salah satu bukti bahwa media sosial Path memiliki peningkatan yang cukup signifikan dibanding media sosial lainnya seperti Facebook dan Twitter yang berdiri lebih awal.

Path merupakan situs media sosial baru yang dapat digunakan untuk saling bertukar foto atau komentar dengan teman atau kerabat dekat saja, tanpa adanya orang yang tidak dikenal. Path juga menyediakan fitur dan space bagi penggunanya untuk membagikan momen-momen kepada pengguna lainnya. Path menjunjung konsep sebagai jurnal digital dimana Path memungkinkan penggunanya untuk berkontribusi setiap waktu di dalam jejaring sosial ini dimana Path menjadi media yang tepat untuk menceritakan kehidupan penggunanya di setiap harinya.

Sejak diluncurkannya November 2010, oleh Dave Morin yang sebelumnya bekerja di Facebook dan Apple, serta pengembang perangkat lunak Dustin Mierau dan Shawn Fanning, Path mendapat tempat di hati penggunanya. Path mempunyai tagline "The smart journal that helps you share life with the ones you love" yaitu tentang hubungan yang bisa dipercaya sepanjang kehidupan seseorang, dalam satu waktu, seseorang hanya bisa memiliki 150 true relationship, dimana hubungan dengan orang-orang diluar itu bukan relationship yang

termasuk dekat. Path didesain berdasarkan sebuah teori ilmu sosial yang dikembangkan oleh seorang profesor Robin Dunbar di Oxford University. Berbeda dengan Facebook dan Twitter yang memungkinkan penggunanya berinteraksi dengan jutaan orang (Yossie Aer, 2014).

Berbeda dengan situs media sosial sebelumnya, Path didesain sebagai media sosial yang lebih bersifat privat dan lebih intim. Hal ini dikarenakan Path membatasi jumlah pertemanan di setiap akunnya. Seperti yang dilansir oleh Kompas.com Pada awal peluncurannya, setiap akun Path yang sudah diunduh hanya mampu menampung sekitar 150 teman di setiap akunnya. Namun, seiring dengan bertambahnya antusiasme masyarakat tentang kehadiran Path, pengguna Path pun semakin pesat sehingga jumlah limit pertemanan di setiap akun Path yaitu bertambah menjadi 500 teman.

Indonesia saat ini terkenal sebagai negara yang penduduknya aktif dalam penggunaan media sosial. Bahkan bukan hanya media sosial Facebook dan Twitter saja, tetapi saat ini masyarakat khususnya remaja juga terbilang dominan dalam penggunaan media sosial Path. Data di atas menunjukkan bahwa saat ini Path menjadi media sosial dan komunikasi yang paling laris untuk kalangan pengguna media sosial. Path juga mampu menyaingi kepopuleran dari media sosial sebelumnya yaitu Facebook dan Twitter. Saat ini memang path menjadi salah satu situs jejaring sosial yang paling sering digunakan oleh para remaja khususnya di perkotaan.

Seperti yang telah kita ketahui bahwa media sosial berfungsi untuk menghubungkan dan mempererat jalinan hubungan pertemanan. Mendekatkan dan mempermudah kita dalam berkomunikasi dan berbagi informasi dengan teman maupun sanak saudara yang tinggal berjauhan dengan kita. Akan tetapi saat ini remaja mengalihfungsikan media sosial menjadi tempat untuk menunjukkan eksistensi serta citra diri yaitu dengan cara *update* atau *check-in*. Menariknya disini adalah pengguna akun Path tidak membagikan semua kegiatannya atau tempat yang dikunjunginya kedalam jejaring sosial ini. Seperti yang dijelaskan oleh Tri dalam penelitiannya yaitu pengguna hanya membagikan tempat tertentu yang memang sudah memiliki makna tersendiri di dalam masyarakat yaitu tempat-tempat yang seakan ingin menampilkan kelas-kelas sosial tertentu.

Dalam perspektif Sosiologi, Path menawarkan dunia simulakra yang penuh dengan hiperrealitas melalui fitur-fitur yang ada di dalamnya. Path menyediakan fitur dan space bagi penggunanya untuk membagikan momen-momen kepada pengguna lainnya. Status, lagu, maupun tempat-tempat yang sedang dikunjungi dapat dibagikan kepada teman-teman yang juga bergabung di dalam akun Path nya. Path juga memungkinkan penggunanya untuk membagi foto-foto tentang kegiatan yang sedang dilakukannya.

Path telah menyediakan sebuah ruang bagi penggunanya untuk mengekspresikan dirinya. Sipaun bisa menampilkan dirinya dalam bungkus citra apapun yang diinginkannya melalui akun media sosial Path. Berbeda halnya dengan dunia nyata yang emmang membatasi segala sesuatu yang berhubungan dengan nilai, norma, aturan tertentu dan sebagainya. Disini Path memenuhi

kebutuhan penggunaannya untuk merepresentasikan dirinya. Kebutuhan akan aktualisasi serta eksistensi memang dimiliki oleh semua orang meskipun memiliki intensitas dan cara yang berbeda antara seseorang yang satu dengan seseorang yang lain.

Para pengguna akun Path pasti ingin menampilkan gambaran terbaik dari dirinya dengan selalu mengupload foto-foto diri mereka yang paling baik. Mengupdate tempat-tempat nongkrong yang kekinian dan *check-in* hanya ketika berada di restoran mewah dan mahal. Memang tidak semua pengguna akun Path melakukan hal tersebut, akan tetapi saat ini jarang sekali ditemui ketika ada pengguna yang mengupdate tempat yang tidak banyak dikenali orang. Juga tempat-tempat yang kurang menunjukkan kelas sosialnya. Pengguna pasti ingin menyajikan dan menonjolkan kehidupan mereka yang serba mewah, indah, dan sempurna di dalam akun Path nya. Dengan begitu, media sosial Path dapat menarik kita ke dalam realitas semu yang diciptakannya, yang sejatinya bertolak belakang dengan realitas pada kenyataannya. Masyarakat dikonstruksikan untuk percaya bahwa apa yang ditampilkan oleh media adalah nyata sehingga masyarakat terjebak dalam dunia simulakra yang dipenuhi dengan berbagai hyper-realitas (Suyanto: 198-210).

Berdasarkan uraian di atas, tentu hal ini menjadi sangat menarik apabila dikaji menggunakan perspektif Sosiologi. Meskipun realitas yang ada di dalam dunia Path merupakan realitas yang semu akan tetapi orang-orang yang ada di dalamnya menganggap dan merasakan bahwa realitas yang tersaji di dalam media sosial Path adalah merupakan realitas yang nyata. Karena itulah peneliti merasa

tertarik untuk menelaah dan menggalinya lebih dalam lagi tentang bagaimana remaja melakukan pencitraan diri atau membangun citranya dengan menggunakan media sosial Path.

I.2 Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah “Bagaimana pelajar di SMA Negeri 2 Surabaya menggunakan media sosial Path sebagai wadah pencitraan diri?”

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menjelaskan dan menganalisis bagaimana para pelajar di SMA Negeri 2 Surabaya dalam menggunakan media sosial Path sebagai wadah untuk melakukan pencitraan diri.

I.4 Manfaat Penelitian

Secara umum diharapkan penelitian ini akan memberikan manfaat kepada kalangan akademisi khususnya mahasiswa dan masyarakat umum. Adapun manfaat-manfaat tersebut adalah :

1. Bagi kalangan akademisi khususnya mahasiswa dapat memperkaya pengetahuan mengenai pencitraan diri dan hiperrealitas yang terjadi dalam media sosial Path. Selain itu, penelitian ini juga dapat dijadikan referensi penelitian yang lebih lanjut.

2. Bagi masyarakat umum, khususnya para remaja dapat menambah wawasan mengenai media sosial agar tidak menggunakannya untuk hal-hal yang bersifat negatif.

I.5 Studi Terdahulu

Penelitian ini juga tidak terlepas dari penelitian-penelitian terdahulu. Peneliti menggunakan studi terdahulu guna menjadi rujukan dan acuan dalam melakukan penelitian ini. Salah satu penelitian terdahulu yang peneliti gunakan sebagai rujukan adalah penelitian mengenai gaya hidup dan pencitraan diri yang dilakukan oleh Siti Murdaningsih dengan judul “Gaya Hidup Konsumtif Dan Pencitraan Diri Pelajar Pengguna Handphone Di Sma Negeri 1 Sambu Boyolali”. Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 1 Sambu Boyolali. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwasannya saat ini handphone sudah menjadi barang yang sangat penting bagi siswa di SMAN 1 Sambu Boyolali. Menurut mereka, membawa handphone sama seperti kewajiban membawa alat tulis dan buku ke sekolah. Handphone bukan lagi menjadi kebutuhan sekunder, namun menjadi sebuah kebutuhan primer. Handphone sudah menjadi gaya hidup masa kini bagi mereka. Penggunaan yang kurang efektif menyebabkan gaya hidup pelajar menjadi konsumtif. Pelajar juga membangun citra diri mereka dengan cara membeli dan memiliki handphone dengan fitur terlaengkap dan tercanggih. Dengan memiliki handphone tersebut, mereka dianggap menempati kelas sosial yang tinggi. Remaja cenderung memiliki sifat ingin dihargai, sehingga demi citra diri mereka lebih mementingkan handphone untuk menunjang penampilan.

Penelitian kedua yang peneliti gunakan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Astri Riyanti pada tahun 2010 dengan judul “Fenomena Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook Sebagai Ajang Penampilan Diri”. Penelitian ini berisi tentang gagasan-gagasan para *Facebookers* yang menggunakan jejaring sosial Facebook sebagai ajang untuk menampilkan diri mereka. Penelitian ini menggunakan perspektif dan teori dari Erving Goffman “*The Presentation of Self in Everyday Life*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Facebook menjadi seperti layaknya panggung sandiwara. Dimana seseorang ingin selalu terlihat sempurna ketika ia berada di panggung depan (*front stage*). Apapun yang ingin dan akan para *Facebookers* tampilkan di akun Facebook mereka, merupakan status dan foto terbaik lah yang mereka bagikan. Karena bagi mereka, Facebook menjadi tempat untuk menunjukkan citra diri yang positif kepada pengguna yang lain.

Penelitian ketiga yang penulis gunakan sebagai rujukan yakni penelitian yang dilakukan oleh Yosie Aer pada tahun 2014 yang berjudul “Analisis Media Sosial Path sebagai Media Informasi di Kalangan Klub Basket Total E&P Indonesia Balikpapan”. Penelitian ini berisi tentang pola komunikasi yang terjadi di dalam media sosial Path yang dilakukan oleh para anggota Club. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa Path memang sebagai media yang cukup tepat dalam melakukan komunikasi serta perolehan informasi. Banyak sekali informasi yang berguna dan bermanfaat yang didapatkan dari pengguna Path lainnya, yaitu seperti buku, film, musik, tempat, foto-foto terbaru tanpa harus membuka google ataupun yang lain karena sudah praktis, mereka dapat mengetahuinya dan

membagikan ulang ke pengguna lain dengan bahasa repath yaitu pengulangan membagi momen kembali serta interaksi perilaku komunikasi anggota basket Total Balikpapan selama berinteraksi menggunakan Path.

Penelitian keempat sebagai rujukan peneliti yaitu skripsi dari Arnold Geovanni yang berjudul “Pola Komunikasi Pengguna Media Sosial Path di Kalangan Mahasiswa”. Penelitian ini menjelaskan tentang berbagai pola komunikasi yang ada di dalam media sosial Path yaitu melalui pemaknaan pesan yang ada di setiap Fitur di dalam Path, baik itu status, foto, maupun chat serta emoticon yang digunakan oleh pengguna Path. Penelitian ini juga menjelaskan tentang bagaimana Path mampu menjadi wadah yang tepat untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi yang bermanfaat dari pengguna Path lainnya. Pola-pola komunikasi juga di dalam Path juga dijabarkan disini antara lain yaitu pola roda, pola rantai, pola Y, pola lingkaran, dan pola bintang.

Penelitian kelima yaitu penelitian yang dilakukan oleh Iik Novianto yang berjudul “Perilaku Penggunaan Internet di Kalangan Mahasiswa”. Penelitian ini menjelaskan tentang apa saja motif mahasiswa dalam menggunakan internet, lalu bagaimana pola-pola penggunaan internetnya, serta kebutuhan informasi yang dimiliki oleh para mahasiswa dalam mengakses internet. Penelitian ini juga menjelaskan tentang beberapa fasilitas dan manfaat dari internet. Hasil dari penelitian ini, motif kognitif (cognitif needs) dan motif interaksi sosial merupakan motif terbesar responden dalam menggunakan internet. Serta berbagai hambatan yang didapatkan oleh responden dalam mengakses kata kunci di mesin pencari.

Berbeda dengan lima studi sebelumnya, yang pertama yaitu dari penelitian yang dilakukan oleh Siti, ternyata remaja di pedesaan juga melakukan pencitraan diri akan tetapi melalui media handphone yang dia miliki. Sedangkan penelitian yang akan saya lakukan ini adalah lebih melihat bagaimana remaja perkotaan di era post-modern ini menuangkan ekspresi dirinya melalui media yang lebih luas yaitu menggunakan media sosial Path. Untuk studi yang kedua yaitu studi yang dilakukan oleh Astri, Astri menggunakan teori dari Erving Goffman tentang panggung depan dan panggung belakang pada penggunaan akun facebook, sedangkan studi yang akan saya teliti adalah dengan menggunakan analisis tentang hiperrealitas pada media sosial Path. Penelitian yang ketiga dan keempat lebih membahas tentang pola komunikasi di dalam media sosial Path, sedangkan penelitian ini lebih mengarah pada aspek sosiologisnya.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Hiperrealitas (Jean Baudrillard)

Dalam penelitian ini akan menggunakan teori Hiperrealitas dan simulakra yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard, kehidupan di jaman post modern saat ini ditandai oleh simulasi; “kita hidup di abad simulasi” (Ritzer, 2014 : 598) yaitu dengan kaburnya perbedaan antara tanda dan realitas. Simulasi dalam hal ini, menjelaskan penciptaan sebuah kondisi tertentu (wahana teknologi, media, sosial, serta budaya). Secara artifisial dengan menggunakan teknologi mutakhir (teknologi simulasi) benar-benar dapat dilihat dan dialami sebagai sebuah fakta yang nyata, padahal tidak lebih dari hasil manipulasi

teknologi. Baudrillard juga melukiskan kehidupan post-modern ini sebagai *hiperrealitas*. Hiperrealitas menciptakan satu kondisi yang di dalamnya berisi kepalsuan yang berbaur dengan keaslian; masa lalu berbaur dengan masa kini; tanda melebur dengan realitas; dusta bersenyawa dengan kebenaran. Dalam kehidupan nyata, kejadian-kejadian nyata semakin mengambil ciri hiper-real; dan tidak ada lagi realitas, yang ada hanyalah hiper-realitas. (dalam Suyanto 2013:200). Ketidakacuhan, apatis, dan kelembaman adalah istilah yang tepat untuk melukiskan kejenuhan massa terhadap tanda media, simulasi, dan hiperrealitas. Massa bukan lagi dimanipulasi oleh media, akan tetapi media lah yang terus menerus dipaksa untuk memenuhi kebutuhan mereka yang meningkat akan objek dan tontonan.

Baudrillard juga menjelaskan kemampuan berbagai simulasi menjadi realitas dalam beberapa tahap. Pada tahap pertama, menurut Baudrillard, simulasi masih merupakan refleksi dari sebuah realitas yang diacunya. Kemudian, ia membelokkan realitas itu sendiri sehingga tidak lagi hadir sebagai apa adanya. Lalu pada tahap berikutnya, simulasi ini akan menutup ketidakhadiran realitas acuannya dan akhirnya meniadakan seluruh bentuk relasi dengan realitas apapun dengan kata lain simulasi tersebut menjadi tidak ada hubungan sama sekali dengan realitasnya. Kemudian hal inilah yang disebut dengan *simulacra*. Simulakra merupakan ruang dimana proses simulasi terjadi. Baudrillard membagi simulakra menjadi tiga tingkatan. Pertama, simulakra yang berlangsung sejak era Renaisans hingga permulaan revolusi industri. Simulakra pada tingkatan ini merupakan representasi dari relasi alamiah berbagai unsur kehidupan. Kedua,

simulakra yang berlangsung seiring dengan perkembangan era industrialisasi. Pada tingkatan ini telah terjadi pergeseran mekanisme representasi akibat dampak negatif industrialisasi. Ketiga, simulakra yang lahir sebagai konsekuensi berkembangnya ilmu dan teknologi informasi. Simulakra pada tingkatan ini merupakan wujud yanda, citra dan kode budaya yang tidak lagi merujuk pada representasi. Lalu dalam mekanisme simulasi, manusia dijebak dalam ruang realitas yang dianggapnya nyata padahal sesungguhnya hanyalah merupakan realitas yang semu dan penuh dengan rekayasa.

Baudrillard menilai bahwa simulasi dan simulakra merupakan suatu strategi penolakan atas persepsi manusia tentang realitas. Bahwa sesungguhnya dibalik realitas yang benar-benar nyata (real) juga ada realitas yang tidak nyata (non real). Real adalah realitas, sedangkan yang non real adalah simulasi. Hiperrealitas adalah sebuah simulasi tahap lebih lanjut yaitu ketika citra menjadi realitas. Dengan adanya kemajuan teknologi serta informasi pada saat ini yang dianggap sebagai wujud nyata dari modernitas, telah memposisikan realitas-realitas menjadi sebatas imaji yang dihasilkan oleh proses simulasi. Media telah menciptakan makna pesan yang dipublikasikan sebagai sesuatu yang terputus dari asal usulnya. Sehingga Baudrillard menyatakan bahwa konstruksi budaya saat ini mengikuti pola-pola simulasi, yaitu penciptaan model-model nyata yang tanpa asal usul inilah yang disebutnya *hyper-reality* (Piliang 2004 dalam Setyawan 2009).

Dunia hiper-realias adalah dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi obyek-obyek yang simulacrum, obyek-obyek yang murni

'penampakan', yang tercabut dari realitas sosial masa lalunya, atau sama sekali tak mempunyai realitas sosial sebagai referensinya. Di dalam dunia seperti ini subyek sebagai konsumen digiring ke dalam 'pengalaman ruang' hiper riil-pengalaman silih bergantinya 'penampakan' di dalam ruang, berbaur dan meleburnya realitas dengan fantasi, fiksi, halusinasi dan nostalgia, sehingga perbedaan antara satu sama lainnya sulit ditemukan, dalam hal ini hiper-realitas dalam pandangan Baudrillard lebih menekankan baik nostalgia maupun fiksi ilmiah (science fiction).

Orang yang berada dalam era ini, mereka tidak perlu merefleksikan tanda, pesan, makna atau norma-norma. Massa pun disugahi reproduksi nilai-nilai penampakan akan tetapi bukan reproduksi nilai-nilai ideologi atau mitologis. Massa adalah konsumen yang menyerap nilai-nilai materil, nilai pencitraan / penampakan

Dalam hal ini jika kita mengkaitkannya dengan fenomena pencitraan diri di media sosial Path, dapat diketahui bahwa apa yang ditampilkan oleh pengguna melalui akun Path nya, belum tentu merupakan kejadian sebenarnya di dunia yang nyata. Realitas yang ditampilkan pada penggunaan akun media sosial Path terkesan berlebihan. Sehingga realitas sesungguhnya menjadi tidak nyata, hanya berisi simulakra di dalamnya. Ketika memasuki era post-modern, maka yang terjadi bukan hanya perubahan dalam pola interaksi sosial dan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, akan tetapi juga ada perubahan perilaku dan sikap dari masyarakat dalam menyikapi suatu realitas yang ada. Disini realitas sosial tidak tidak lagi hanya dipahami sebagai objek atau hal-hal yang teramati, akan tetapi

realitas sosial saat ini menjadi suatu hal yang bahkan melebihi atau melampaui realitas itu sendiri atau yang lazim disebut sebagai hiper-realitas (Suyanto, 2013:198)

I.7 Metode Penelitian

I.7.1 Tipe Penelitian

Tipe penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian kualitatif yaitu metode yang lebih memfokuskan mengungkap realitas yang ada di masyarakat lebih dalam. Metode penelitian kualitatif sering disebut metode penelitian naturalistik karena penelitian yang dilakukan bersifat alami atau dilakukan pada kondisi yang alamiah. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif yaitu untuk menggambarkan realitas pengguna akun Path di kalangan remaja.

I.7.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 2 Surabaya. Lokasi ini dipilih karena memang sesuai dengan topik penelitian yaitu tentang remaja pengguna media sosial Path. Selain itu, SMA Negeri 2 juga merupakan SMA terfavorit di Surabaya yang notabennya memiliki siswa dan siswi yang berprestasi dan kebanyakan berasal dari keluarga golongan menengah ke atas sehingga mereka juga membutuhkan media untuk menjaga eksistensi diri mereka. Waktu penelitian dilaksanakan dalam

kurun waktu tiga bulan. Penelitian yang dimaksud mencakup pengumpulan data, pengolahan data, hingga penyusunan draft skripsi.

I.7.3 Teknik Penentuan Informan

Penentuan subyek penelitian dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *Snowball*. Menurut Sugiyono (2014 : 54) *Snowball* merupakan pengambilan sumber data, yang pada awalnya jumlahnya sedikit, lama-lama menjadi besar. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari orang lain lagi yang dapat digunakan sebagai sumber data. Dengan demikian jumlah sumber data akan semakin besar, seperti bola salju yang menggelinding, lama-lama menjadi besar.

Penentuan informan yang dipilih merupakan orang yang dianggap mampu memberikan data atau informasi tentang apa yang akan dicapai dalam penelitian ini dengan kriteria-kriteria tertentu. Dalam penelitian ini terdapat 5 informan yaitu 4 remaja putri dan 1 remaja putra. Ada pun kriteria-kriteria tertentu adalah remaja yang berusia 16-19 tahun yang merupakan pengguna aktif akun media sosial Path dengan intensitas penggunaan Path minimal 2 hari sekali. Dengan informan demikian diharapkan dapat memberikan informasi yang seakurat mungkin guna memberikan gambaran mengenai pencitraan diri yang terjadi di dalam media sosial Path.

I.7.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian lapangan ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Data Primer

- a. Wawancara mendalam (*indepth interview*) yaitu dengan mengumpulkan sejumlah data dari informan dengan menggunakan daftar pertanyaan dengan merujuk pada pedoman wawancara yang telah disusun secara sistematis agar data yang ingin diperoleh lebih lengkap dan valid. Wawancara mendalam sangat relevan dan sangat menunjang untuk digunakan dalam penelitian ini, karena dengan metode ini peneliti bisa berhubungan secara langsung dengan informan. metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua informan, wawancara mendalam mirip dengan percakapan informal tetapi susunan pertanyaannya dan susunan kata-kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah saat wawancara berlangsung. Disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara. Termasuk karakteristik sosial budaya (agama, suku, gender, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan lainnya)

- b. Observasi yaitu dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek yang ingin diteliti. Dalam hal ini peneliti mempunyai posisi sebagai pengamat aktif dalam artian

peneliti juga sebagai pengguna media sosial Path itu sendiri sehingga mampu mengamati secara langsung.

2. Data Sekunder

- a. Studi pustaka yaitu dengan mengumpulkan beberapa dokumen, kajian-kajian pustaka yang ada hubungannya dengan objek yang akan diteliti yakni tentang media sosial dan pencitraan diri. Juga termasuk dokumentasi. Dokumentasi bisa berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Hasil penelitian dari observasi dan wawancara akan lebih kredibel atau dapat dipercaya bila didukung oleh sejarah pribadi kehidupan masa kecil, di sekolah, di tempat kerja, di masyarakat.

I.7.5 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dilakukan dari berbagai sumber data yang telah diperoleh. Komponen-komponen analisis data yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan sampel secara interaktif saling berhubungan selama dan sesudah pengumpulan data.

1. Pertama yaitu dengan melakukan pengumpulan data, yaitu proses pengumpulan data yang berupa kata-kata, fenomena, maupun foto dan data-data lain yang

diperlukan oleh peneliti yaitu dengan menggunakan beberapa cara seperti wawancara maupun dokumentasi.

2. Reduksi data yaitu merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya sehingga data yang telah direduksi memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.
3. Penyajian data, yang mana dalam hal ini berupa teks yang bersifat naratif yaitu deskripsi kumpulan informasi tersusun memungkinkan untuk melakukan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif yang lazim digunakan yaitu dalam bentuk teks naratif.
4. Analisis data yaitu penarikan kesimpulan dan verifikasi. Dari permulaan pengumpulan data, periset kualitatif mencari makna dari setiap gejala yang diperolehnya di lapangan, mencatat keteraturan atau pola penjelasan dan konfigurasi yang mungkin ada, alur kausalitas, proposisi.