

Literature Riview: Hiperrealitas Komunikasi Gen Z dalam Media Sosial

Literature Review: Hyperreality of Gen Z Communication in Social Media

Putri Dina Ellyana

Mahasiswa

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Negari Surabaya.

Jl. Ketintang, Ketintang, Kec. Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60231.
24041184300@mhs.unesa.ac.id

Dikirim: 22 Mei 2025, Direvisi: 20 Juni 2025, Diterima: 22 Juni 2025, Terbit:
25 Juni 2025. Sitasi: Ellyana, Putri Dina, (2025). Literature Riview:
Hiperrealitas Komunikasi Gen Z dalam Media Sosial. Promedia: Public
Relation dan Media Komunikasi, 1, 215-246

Abstract

The development of communication technology has changed the way Generation Z forms their identity and communicates on social media. The phenomenon of hyperreality emerges when digital images built on platforms such as Instagram and TikTok are more dominant than real life. This study uses a systematic literature review method based on PRISMA to examine how social media becomes a hyperreality space that influences Gen Z's identity and social validation. The results of the study show that Gen Z's digital identity is often curated and modified following trends, thus forming a pseudo-reality that has an impact on social interactions. The phenomenon of Fear of Missing Out (FoMO) strengthens their involvement in cyberspace, triggering social pressure and anxiety. This study emphasizes the importance of media literacy and digital awareness so that Gen Z can understand the psychological impact of identity construction on social media, and build healthier and more balanced digital relationships.

Keywords: hyperreality, Generation Z, social media, digital identity, media literacy.

Abstraksi

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara Generasi Z membentuk identitas dan berkomunikasi di media sosial. Fenomena hiperrealitas muncul saat citra digital yang dibangun di platform seperti Instagram dan TikTok lebih dominan daripada kehidupan nyata. Penelitian ini menggunakan metode literature review sistematis berbasis PRISMA untuk mengkaji bagaimana media sosial menjadi ruang hiperrealitas yang memengaruhi identitas dan validasi sosial Gen Z. Hasil kajian menunjukkan bahwa identitas digital Gen Z sering dikurasi dan dimodifikasi mengikuti tren, sehingga membentuk realitas semu yang berdampak pada interaksi sosial. Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) memperkuat keterlibatan mereka dalam dunia maya, memicu tekanan sosial dan kecemasan. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi media dan kesadaran digital agar Gen Z dapat memahami dampak psikologis dari konstruksi identitas di media sosial, serta membangun hubungan digital yang lebih sehat dan seimbang.

Kata Kunci: hiperrealitas, Generasi Z, media sosial, identitas digital, literasi media.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa transformasi besar dalam cara manusia berinteraksi dan membentuk relasi sosial. Kehadiran media sosial menjadi salah satu produk utama dari revolusi digital yang tidak hanya menyediakan sarana komunikasi, tetapi juga menjadi ruang untuk

membangun identitas, mengekspresikan diri, hingga membentuk realitas sosial baru. Menurut (Afandi 2019) “Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya, berinteraksi, bekerja sama, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain secara virtual.

Kehadiran media sosial telah membawa dampak signifikan dalam cara masyarakat berkomunikasi dan berinteraksi sosial”. Namun menurut (Watie 2016) “Media sosial hadir dan merubah paradigma berkomunikasi di masyarakat saat ini. Komunikasi tak terbatas jarak, waktu, ruang. Bisa terjadi di mana saja, kapan saja, tanpa harus tatap muka, bahkan mampu meniadakan status sosial yang sering kali menjadi penghambat komunikasi”. Perkembangan media sosial ini sangat lekat juga dengan interaksi sosial yang banyak dilakukan Gen z sebagai generasi yang pandag melek teknologi karena saat kelahiran Gen Z perkembangan teknologi yang dianggap sangat pesat khususnya media sosial.

Generasi Z, yakni mereka yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan kelompok yang tumbuh dan berkembang seiring pesatnya kemajuan digital ini. Menurut (Francis and Hoefel 2018). “perilaku Gen Z dapat dikelompokkan ke dalam empat komponen besar yang berlandas pada satu fondasi yang kuat bahwa Gen Z adalah generasi yang

mencari akan suatu kebenaran. Pertama, Gen Z disebut sebagai “the undefined ID”, dimana generasi ini menghargai ekspresi setiap individu tanpa memberi label tertentu. Pencarian akan jati diri, membuat Gen Z memiliki keterbukaan yang besar untuk memahami keunikan tiap individu”.

Sebagai generasi digital native, kehidupan Gen Z sangat erat kaitannya dengan media sosial. Mereka menghabiskan sebagian besar waktu mereka dalam platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter untuk bersosialisasi, mencari informasi, hingga membentuk citra diri. Realitas yang ditampilkan dalam media sosial kerap kali bukan lagi representasi faktual, melainkan sebuah konstruksi simbolik yang dibentuk melalui filter, algoritma, dan narasi yang dipilih secara selektif. Dalam konteks inilah konsep hiperrealitas menjadi relevan.

Mengacu pada teori Jean Baudrillard, hiperrealitas merujuk pada situasi di mana simulasi atau representasi telah menggantikan realitas itu sendiri. Di media sosial, Gen Z menciptakan dan mengonsumsi citra-citra yang lebih bersifat rekayasa daripada refleksi nyata kehidupan mereka. Penelitian oleh (Jauhari 2017) “Jean Baudrillard mengembangkan teori hiperrealitas sebagai suatu kondisi di mana batas antara kenyataan dan representasi semakin kabur.

Media massa dan sosial tidak hanya merefleksikan realitas tetapi juga menciptakan dunia simulasi yang mengaburkan perbedaan antara yang nyata dan yang imajiner. Dalam era komunikasi digital, masyarakat semakin terperangkap dalam citra dan tanda yang tidak lagi mengacu pada realitas konkret, melainkan membentuk realitas buatan yang lebih dipercaya daripada kenyataan itu sendiri”. Begitupun dengan penelitian yang dilakukan oleh (Masut, Wijanarko, and Pandor 2023). “Jean Baudrillard mengembangkan konsep hiperrealitas sebagai suatu kondisi di mana batas antara kenyataan dan representasi menjadi kabur. Dalam budaya kontemporer yang didominasi oleh teknologi media massa, manusia tidak lagi berhadapan dengan realitas konkret, melainkan dengan citra yang telah direproduksi dan dimanipulasi. Melalui simulasi dan simulakra, manusia mengalami realitas yang tampak lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri, mengakibatkan subjektivitasnya semakin tereduksi dan tunduk pada kekuasaan citra digital”.

Selain itu, studi oleh (Deviona et al. 2024), menemukan bahwa platform TikTok memfasilitasi bentuk komunikasi yang berorientasi pada tren dan visualisasi diri, yang seringkali melampaui batas-batas autentisitas. Mereka menyimpulkan bahwa komunikasi Gen Z di media sosial lebih menekankan aspek performatif daripada keaslian, yang merupakan ciri utama dari hiperrealitas. Hal ini diperkuat oleh temuan bahwa pengguna TikTok cenderung mengadopsi gaya komunikasi yang berbeda

dari kepribadian asli mereka untuk membentuk citra diri yang diinginkan.

Fenomena Fear of Missing Out (FoMO) juga menjadi aspek penting dalam memahami hiperrealitas di media sosial. Daffa et al. (2024) menyoroti bagaimana kurasi konten dan penggunaan filter di TikTok dapat menciptakan perasaan takut tertinggal di kalangan remaja Generasi Z. Hal ini berdampak pada kesehatan mental dan interaksi sosial mereka, serta menimbulkan tekanan untuk selalu tampil sempurna di dunia maya.

Permasalahan utama yang muncul dari kondisi ini adalah kaburnya batas antara realitas dan representasi. Kehidupan maya seolah menjadi lebih nyata daripada kehidupan aktual, menyebabkan pencitraan semu, tekanan sosial, dan potensi krisis identitas di kalangan Gen Z. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana fenomena ini dimaknai dan terjadi dalam komunikasi mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dinamika hiperrealitas dalam komunikasi Gen Z di media sosial. Melalui pendekatan kualitatif berbasis kajian pustaka (literature review), artikel ini menyintesis temuan dari berbagai sumber ilmiah untuk menggambarkan secara komprehensif bagaimana realitas dibentuk, dimaknai, dan dipraktikkan oleh Gen Z di ruang digital.

II. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode **literature review** sebagai pendekatan utama dalam mengkaji fenomena hiperrealitas komunikasi Generasi Z di media sosial. Literature review merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengevaluasi, dan menganalisis berbagai hasil penelitian terdahulu yang relevan terhadap topik. Metode ini efektif untuk memperoleh pemahaman konseptual dan empiris secara mendalam tanpa perlu melakukan pengumpulan data lapangan.

Menurut (Triandini et al. 2019). “Systematic Literature Review merupakan metodologi penelitian untuk mengumpulkan serta mengevaluasi penelitian yang terkait pada fokus topik tertentu secara sistematis, dengan mengikuti langkah-langkah atau protokol yang telah ditetapkan” sejalan dengan pemikiran Triandini (Harahap and Hasibuan 2025) juga mengatakan “Systematic Literature Review merupakan kritik dan evaluasi mendalam terhadap penelitian sebelumnya yang dilakukan secara sistematis dengan standar tertentu untuk menjawab pertanyaan penelitian”.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah **deskriptif kualitatif**, yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara sistematis dan faktual mengenai fenomena yang diteliti, yaitu

hiperrealitas dalam komunikasi Gen Z di media sosial. Penelitian deskriptif kualitatif cocok untuk mengungkap makna, pola, dan kecenderungan sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif.

Sebagaimana dinyatakan oleh (Subandi 2011) “Penelitian kualitatif bertujuan untuk mencandra atau melukiskan kembali fenomena dengan cermat tanpa bermaksud mencari kebenaran fakta absolut. Dalam pendekatan deskriptif kualitatif, data yang dikumpulkan bukan dalam bentuk angka, melainkan melalui observasi, wawancara, dan analisis dokumen. Peneliti menjadi instrumen utama, memastikan bahwa setiap informasi yang diperoleh dapat diinterpretasikan secara mendalam dalam konteks seni pertunjukan yang rentan terhadap ruang, waktu, dan alat”

B. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan teknik analisis dokumen, yaitu melalui penelaahan sistematis terhadap artikel jurnal ilmiah, prosiding, dan sumber akademik lain yang relevan. Sumber-sumber ini diperoleh dari database seperti Google Scholar dan Garuda (garuda.kemdikbud.go.id), dengan kriteria inklusi yaitu artikel terbit antara tahun 2017–2025, bersifat fullpaper, dan memuat kata kunci: ***hiperrealitas, Gen Z, dan media sosial***.

Menurut (Shafira Ramadiani Herliza et al. 2023), “Analisis dokumen sebagai bagian dari systematic literature review memberikan kerangka kerja dalam menilai dan menyintesis hasil-hasil penelitian terdahulu secara logis dan terstruktur”.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Jasmi 2012) “Analisis dokumen merupakan teknik pengumpulan data yang memungkinkan pengkaji untuk meneliti isi komunikasi yang terdokumentasi, baik dalam bentuk teks, gambar, simbol, maupun rekaman. Sebagai bagian dari metodologi penelitian kualitatif, analisis dokumen membantu dalam memahami pola komunikasi, makna tersembunyi, serta konstruksi sosial yang terkandung dalam dokumen tersebut”. Teknik ini menjadi krusial dalam kajian ilmiah karena dokumen menyediakan informasi yang telah terekam secara sistematis dan sulit untuk dimanipulasi, sehingga dapat digunakan sebagai sumber data yang valid.

Dalam proses pengumpulan data ini menggunakan metode pendekatan PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic and Meta-Analyses*). Dalam metode pendekatan ini menyediakan kerangka yang sistematis guna meninjau dan mempertimbangkan berbagai literatur yang relevan dengan topik penelitian. Tahap awal dari penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi studi melalui pencarian literatur yang ada di database. Kata kunci yang digunakan dalam pencarian ini meliputi “Hiperrealitas”, “Media Sosial”, “Gen Z” dan “Hiperrealitas komunikasi Gen Z dalam media sosial”.

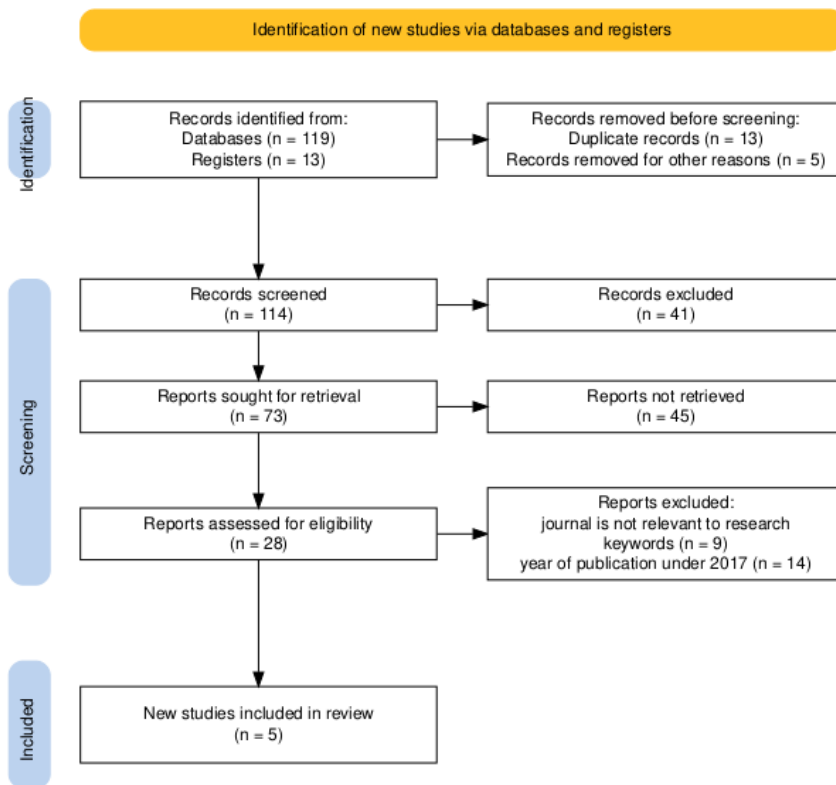
Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi

Kriteria	Deskripsi
----------	-----------

Inklusi	1. Artikel harus mengandung kata kunci yang relevan 2. Berbentuk jurnal ilmiah yang telah terpublish 3. Artikel berasal dari sumber terpercaya 4. Artikel yang digunakan ialah artikel yang terbit diantara tahun 2017 hingga tahun 2024
Eksklusi	1. Artikel yang tidak digunakan ialah artikel yang terbit dibawah tahun 2017 2. Artikel berbentuk buku dan tugaas akhir (skripsi, tesis, disertasi atau lainnya) 3. Artikel tidak relevan dengan kata kunci 4. Artikel yang tidak bisa di download

Sumber: Peneliti, 2025

Model PRISMA terdiri dari sejumlah tahapan yaitu identifikasi (identification), penyaringan (screening), kelayakan (elegibility), dan analisis penarikan kesimpulan (included). Mengenai penjelasa lebih lanjutnya akan termuat dalam diagram kajian literatur sistematis Gambar sebagai berikut.



Gambar 1. Identifikasi studi melalui basis data dan register.

Sumber: Peneliti,2025

Peoses pencarian data melalui basis data Google Scholar dan menghasilkan 119 artikel, lalu pencarian data berikutnya dilakukan melalui basis dara Garuda Id dan menghasilkan 13 artikel. Setelah proses penyisihan yang dilakukan pada tahap awal ditemukan sebanyak (n = 13) artikel yang terduplikat dan artikel yang tidak dapat diakses (n = 5), diperoleh 114 artikel untuk tahap penyaringan beritunya. Sebanyak 41 artikel dieliminasi karena tidak *fullpaper* dan berbentuk tugas akhir

berupa tesis dan skripsi, sehingga tersisa 73 artikel untuk ditelusuri teks lengkapnya. Namun, sebanyak 45 artikel tidak relevan dengan judul artikel yang telah ditentukan, dan hanya tersisa 28 artikel yang dapat dinilai kelayakannya. Dari jumlah tersebut, 9 artikel yang kata kuncinya tidak relevan dengan penelitian dan 14 artikel diterbitkan sebelum tahun 2017, sehingga tidak dapat memenuhi kriteria inklusi. Dan akhirnya, hanya terdapat 5 artikel tersisa yang dimasukkan dalam tinjauan untuk dianalisis lebih lanjut.

C. Quality Assessment

Tabel 2. Penilaian kualitas artikel (*Quality Assessment*)

No	Kriteria Penilaian	Deskripsi
1.	Kejelasan Tujuan Penelitian	Artikel menjelaskan secara eksplisit tujuan atau fokus utama penelitian yang relevan dengan kajian hiperrealitas, Gen Z, atau media sosial.
2.	Kesesuaian Metode Penelitian	Metode yang digunakan dijelaskan dengan baik dan sesuai untuk mengeksplorasi fenomena hiperrealitas dan konstruksi identitas digital.
3.	Konsistensi antara	Terdapat kesinambungan logis

No	Kriteria Penilaian	Deskripsi
	Tujuan, Analisis, dan Temuan	antara rumusan masalah, metode yang digunakan, hasil yang diperoleh, dan kesimpulan yang diambil.
4.	Relevansi terhadap Topik Kajian (Hiperrealitas - Gen Z – Media Sosial	Isi artikel secara langsung berkaitan dengan ketiga unsur utama topik, yaitu konsep hiperrealitas, subjek Gen Z, dan platform media sosial (Instagram, TikTok, dll).

Sumber: Peneliti, 2025

Tabel 3. Tabel format penilaian

No	Judul Artikel	Tujuan Jelas	Metode Sesuai	Konsistensi antara Tujuan, Analisis, dan Temuan	Relevansi terhadap Topik Kajian	Skor (0-4)	Keterangan
1.	(Fadil Nurmansyah 2021)	Ya	Ya	Ya	Sangat Sesuai	4	Layak
2.	(Prastiwi and Chainar 2023)	Ya	Ya	Ya	Sangat sesuai	44	Layak
3.	(Deviona et al. 2024)	Ya	Ya	Ya	Sangat sesuai	4	Layak
4.	(Chairunnisa, Mayasari, and Lubis 2023)	Ya	Ya	Ya	Sangat sesuai	4	Layak
5.	(Asyahidda and Azis 2024)	Ya	Ya	Ya	Sangat sesuai	4	Layak

Sumber: Penulis, 2025

Berdasarkan hasil penilaian kualitas terhadap lima artikel yang digunakan dalam penelitian ini, seluruh artikel memenuhi kriteria kualitas yang telah ditentukan, yaitu: kejelasan tujuan penelitian, kesesuaian metode dengan topik, konsistensi antara analisis dan hasil, serta relevansi terhadap isu hiperrealitas, Generasi Z, dan media sosial.

Kelima artikel memperoleh skor maksimal (4 poin dari total 4 aspek yang dinilai), menunjukkan bahwa setiap artikel layak untuk dianalisis lebih lanjut. Penilaian ini menunjukkan bahwa sumber-sumber yang digunakan memiliki validitas dan kredibilitas yang tinggi, serta mendukung fokus penelitian secara konseptual dan empiris. Seluruh artikel juga menunjukkan integritas metodologis dan kedalaman analisis yang memadai dalam menjelaskan fenomena hiperrealitas dalam konteks komunikasi digital Gen Z.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kelima artikel terpilih tidak hanya relevan dengan topik kajian, tetapi juga memiliki kualitas akademik yang dapat dipertanggungjawabkan untuk mendukung temuan dalam literature review ini.

III. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil proses seleksi dengan menggunakan teknik *literature review* terhadap “Literature Review: Hiperrealitas Komunikasi Gen Z dalam Media Sosial” ditemukan sebanyak 5 artikel untuk dianalisis lebih lanjut. Ragkuman hasil analisis artikel yang direview adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil analisis PRISMA

No	Judul (Tahun)	Metode	Hasil Penelitian
1	(Fadil Nurmansyah 2021)	Systematic Literature Review (SLR)	Hiperrealitas banyak dialami oleh kalangan mahasiswa pengguna Instagram, Di mana realitas yang mereka bangun di media sosial instagram sering kali dianggap lebih nyata dibandingkan kehidupan sebenarnya. Penelitian ini menunjukkan bahwa intagram bukan hanya sekedar media sosial, namun telah menjadi ruang bagi mahasiswa membangun identitas baru yang sempurna. Mereka

hidup dalam sebuah simulasi digital, di mana interaksi, citra diri, dan penerimaan sosial melalui media sosial memiliki pengaruh yang begitu kuat dalam membentuk cara mereka memandang diri sendiri dan orang lain. Dunia digital telah mengambil alih Sebagian besar aspek kehidupan mereka, menciptakan realitas baru yang begitu sempurna hingga sulit untuk dipisahkan dari kehidupan nyata.

-
- | | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------|--|
| 2 | (Prastiwi and Chainar 2023) | Kualitatif Deskriptif | Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan Instagram Story untuk membentuk citra diri yang lebih ideal dibandingkan kenyataan sebenarnya. Mereka meniru tren, menampilkan |
|---|-----------------------------|-----------------------|--|
-

kehidupan yang lebih baik dari realitas, dan menggunakan media sosial untuk menutupi kekosongan dalam kehidupan mereka. Seperti konsep **hiperrealitas** dari **Jean Baudrillard** menjelaskan bahwa dunia digital menciptakan simulasi yang sulit dibedakan dari kenyataan, membuat mahasiswa hidup dalam realitas yang telah direkayasa.

3	(Deviona et al. 2024)	Kualitatif Deskriptif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok menciptakan realitas baru yang terasa lebih nyata dibandingkan kehidupan sebenarnya, sehingga memengaruhi cara Gen Z berkomunikasi baik di media sosial maupun dalam kehidupan sehari-
---	-----------------------	-----------------------	--

hari. Perubahan ini terjadi dalam dua bentuk utama: pertama, perubahan gaya komunikasi di media sosial, di mana individu yang sebenarnya memiliki karakter tenang dan pendiam dapat berekspresi dengan lebih dramatis di TikTok untuk membentuk citra diri yang lebih menarik. Kedua, perubahan gaya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari, di mana pengguna TikTok mulai mengadopsi istilah dan gestur khas platform tersebut, seperti penggunaan kata-kata seperti "anjay", "anjir", dan "rilcuy", serta gestur tangan seperti mengacungkan jempol dan kelingking untuk menunjukkan kesan "keren". Berdasarkan teori

	Jean Baudrillard, penelitian ini menegaskan bahwa TikTok telah menciptakan simulasi komunikasi , di mana batas antara dunia digital dan dunia nyata semakin kabur, dan gaya komunikasi yang terbentuk di media sosial mulai diadopsi dalam interaksi sosial sehari-hari.
4 (Chairunnisa, Kualitatif Mayasari, and Lubis 2023)	Penelitian ini membahas tentang fenomena hiperrealitas dalam aktivitas makan cantik di media sosial, khususnya di kalangan mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa makan cantik bukan sekadar aktivitas kuliner, tetapi telah menjadi simulasi sosial yang membentuk

citra diri dan kelas sosial di dunia digital. Mahasiswi yang terlibat dalam fenomena ini berusaha menampilkan kesan berkelas dengan hanya mengunggah sisi terbaik dari makanan dan tempat makan yang mereka kunjungi. Proses ini menciptakan **realitas yang telah direkayasa**, di mana makanan dan pengalaman yang ditampilkan di media sosial sering kali berbeda dari kenyataan sebenarnya. Berdasarkan teori **Jean Baudrillard**, penelitian ini menegaskan bahwa media sosial telah menjadi ruang hiperrealitas, di mana representasi digital lebih dominan dibandingkan realitas asli. Kesimpulannya, makan

cantik bukan hanya tentang menikmati makanan, tetapi juga tentang membangun identitas sosial yang lebih menarik dan ideal di dunia maya.

- | | | | |
|---|---------------------------|------------|--|
| 5 | (Asyahidda and Azis 2024) | Kualitatif | Hasil penelitian menunjukkan bahwa FoMO memicu keterlibatan berlebihan dalam tren viral, di mana Generasi Z merasa perlu untuk selalu mengikuti perkembangan terbaru agar tidak tertinggal. Tekanan ini diperkuat oleh mekanisme algoritmik TikTok yang terus menampilkan konten populer, sehingga pengguna merasa terdorong untuk terus berinteraksi dengan platform. Akibatnya, FoMO tidak hanya meningkatkan kecemasan digital, tetapi juga memperkuat perilaku |
|---|---------------------------|------------|--|
-

konformitas yang dapat
berujung pada
penyimpangan sosial,
seperti **cyberbullying** dan
**penyebaran informasi
palsu.**

Selain itu, penelitian ini
juga mengaitkan fenomena
FoMO dengan konsep
hiperrealitas dari **Jean
Baudrillard**, di mana dunia
digital menciptakan
simulasi yang semakin sulit
dibedakan dari kenyataan.
TikTok, sebagai platform
berbasis algoritma,
membentuk realitas yang
lebih menarik dan dominan
dibandingkan kehidupan
nyata, sehingga pengguna
merasa perlu terus terlibat
agar tetap relevan. Dalam
konteks ini, Generasi Z
tidak hanya mengikuti tren
sebagai bentuk konformitas

sosial, tetapi juga sebagai bagian dari simulasi digital yang memperkuat eksistensi mereka di dunia maya.

Media Sosial sebagai Ruang Hiperrealitas bagi Gen Z

Media sosial telah menjadi ruang utama terbentuknya hiperrealitas di kalangan generasi Z, di mana batas antara kenyataan dan simulasi menjadi kabur. Dalam konteks ini, media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga panggung untuk menampilkan citra diri yang dikonstruksi secara sengaja. Fenomena ini tercermin dalam penggunaan Instagram, khususnya fitur Instagram Story, yang digunakan mahasiswa untuk menampilkan versi ideal dari diri mereka. Prastiwi, Chainar, dan Batuallo (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa membangun citra diri melalui tiga tahap hiperrealitas menurut Jean Baudrillard: merefleksi kenyataan dengan meniru tren dari pengguna lain, menyesatkan kenyataan dengan menampilkan konten yang tidak sesuai dengan realitas sesungguhnya, serta menutupi ketiadaan dengan memposting aktivitas yang tidak benar-benar terjadi untuk mengisi kekosongan dalam realitas.

Hiperrealitas juga tampak jelas dalam penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa menurut Fadil Nurmansyah (2021), yang menemukan bahwa para pengguna aktif secara emosional terikat

dengan realitas yang mereka bangun di media sosial. Mereka menciptakan simulasi diri yang sempurna melalui unggahan foto dan video, serta sangat selektif dalam memilih konten agar tetap relevan dan menarik perhatian pengikut. Perolehan likes dan komentar positif menjadi tolak ukur keberhasilan simulasi tersebut, dan sering kali menjadi sumber kepuasan emosional yang melebihi interaksi di dunia nyata. Dalam kondisi ini, kehidupan digital menjadi lebih penting daripada kehidupan nyata, dan Instagram menjelma menjadi dunia di mana identitas dikonstruksi, disesuaikan, bahkan dipalsukan demi eksistensi dalam ruang virtual.

Sementara itu, TikTok menjadi platform yang sangat mempengaruhi gaya komunikasi Gen Z sebagai bentuk hiperrealitas yang nyata. Penelitian Deviona dan Alamiyah (2024) mengungkapkan bahwa banyak mahasiswa Gen Z mengalami perubahan gaya komunikasi karena paparan tren TikTok yang terus-menerus. Mereka meniru bahasa, istilah gaul, hingga gestur khas dari video TikTok seperti “anjay”, “rileuy”, dan simbol jempol-kelingking. Bahkan individu yang biasanya pendiam di kehidupan nyata, dapat tampil sangat ekspresif di TikTok sebagai bentuk pencitraan diri. Kondisi ini menunjukkan bahwa bagi generasi Z, media sosial menjadi ruang di mana realitas tidak lagi diperlukan, sebab mereka dapat menciptakan

dan menghidupi simulasi yang terasa lebih nyata, lebih menarik, dan lebih diterima dibanding kenyataan.

Ketiga penelitian tersebut mengonfirmasi bahwa media sosial telah menjadi ruang hiperrealitas bagi Gen Z. Mereka tidak lagi sekadar menggunakan platform digital untuk berkomunikasi, tetapi untuk membangun dan menjalani kehidupan yang sering kali sangat berbeda dari dunia nyata. Dengan terus-menerus memproduksi dan mengonsumsi citra-citra diri yang telah dikurasi, Gen Z berada dalam lingkaran simulasi yang tidak hanya mengaburkan batas antara realitas dan kepalsuan, tetapi juga membentuk identitas baru yang lebih sesuai dengan ekspektasi media. Ini membuktikan bahwa media sosial telah menjadi arena utama dalam praktik hiperrealitas kontemporer.

Konstruksi Identitas dan Validasi Sosial di Kalangan Gen Z

Konstruksi identitas dan validasi sosial di kalangan Gen Z pada era digital kini berlangsung secara intens di media sosial. Platform seperti Instagram dan TikTok bukan hanya menjadi sarana berbagi aktivitas, tetapi telah berubah menjadi ruang representasi diri di mana citra visual dibentuk, dipoles, dan dipertontonkan demi mendapatkan pengakuan sosial. Dalam konteks ini, Chairunnisa et al. (2024) meneliti fenomena “makan cantik” yang banyak dilakukan oleh mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Singaperbangsa Karawang.

Aktivitas ini tidak lagi sekadar menikmati makanan, tetapi menjadi “sebuah kegiatan simulasi untuk menunjukkan sebuah citra tertentu melalui media sosial yang dianggap dapat mempresentasikan gaya hidup kelas atas” (Chairunnisa et al., 2024, hlm. 611). Mahasiswi yang menjadi pelaku makan cantik cenderung memprioritaskan estetika visual, pemilihan lokasi yang fotogenik, serta penyajian makanan yang menarik, demi menciptakan konten yang mampu menarik perhatian dan memperoleh validasi dalam bentuk likes dan komentar positif.

Kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan standar sosial digital juga tampak dalam penelitian Fajar Nugraha dan Abdul Azis (2024) yang membahas fenomena *Fear of Missing Out* (FoMO) di kalangan Gen Z pengguna TikTok. Dalam tekanan untuk tetap relevan, Gen Z terdorong menyesuaikan perilaku mereka dengan tren viral di platform, bahkan jika itu bertentangan dengan nilai atau keinginan pribadi. Seperti diungkapkan salah satu informan dalam wawancara, “Saya sering kali merasa terpaksa ikut tren, meskipun saya sebenarnya tidak suka. Tapi kalau tidak ikut, rasanya takut ditinggalin teman-teman” (Fajar Nugraha & Abdul Azis, 2024, hlm. 125). Validasi sosial dalam bentuk popularitas digital menjadi faktor yang sangat memengaruhi keputusan untuk mengikuti atau bahkan meniru konten tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa identitas

digital tidak hanya dibentuk dari dalam diri, melainkan dari luar oleh algoritma, tren, dan tekanan kelompok sosial.

Lebih jauh lagi, media sosial menghadirkan realitas yang terdistorsi, di mana representasi digital sering kali tidak mencerminkan kehidupan nyata. Seperti yang dikemukakan Chairunnisa et al. (2024), “media sosial tidak lagi selalu menampilkan realitas sehingga tercipta fenomena hiperealitas” (hlm. 611). Realitas yang ditampilkan adalah hasil konstruksi yang telah melalui proses penyaringan visual dan naratif demi membangun kesan tertentu. Dalam kondisi seperti ini, citra yang dibentuk menjadi alat utama untuk memperoleh pengakuan sosial. Identitas menjadi cair, fleksibel, dan bisa disesuaikan demi menjaga eksistensi di ruang digital.

Dengan demikian, baik fenomena makan cantik di Instagram maupun FoMO di TikTok menunjukkan bahwa Gen Z membangun identitas mereka dalam kerangka hiperrealitas dan konformitas sosial. Mereka merancang citra digital yang sesuai dengan ekspektasi audiens dan mengikuti tren sebagai strategi untuk meraih validasi sosial. Akibatnya, batas antara yang nyata dan yang tampil di layar menjadi kabur, dan pengakuan sosial semakin bergantung pada performa digital daripada keaslian diri.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana hiperrealitas telah menjadi bagian integral dari komunikasi Gen Z di media sosial, dengan platform seperti Instagram dan TikTok memainkan peran kunci dalam pembentukan identitas digital mereka. Berdasarkan teori Jean Baudrillard, penelitian ini mengungkap bahwa citra diri yang dikonstruksi di media sosial bukan hanya sekadar representasi, melainkan simulasi yang sering kali menggantikan realitas. Penggunaan Instagram Stories memungkinkan individu menciptakan versi ideal dari diri mereka, sementara tren di TikTok mendorong perubahan gaya komunikasi yang bahkan meresap ke interaksi sosial sehari-hari. Selain itu, fenomena Fear of Missing Out (FoMO) memperkuat tekanan sosial untuk tetap relevan di dunia digital, di mana validasi sosial lebih bergantung pada performa virtual daripada keaslian diri.

Dalam menghadapi fenomena ini, penting bagi Gen Z untuk meningkatkan kesadaran digital agar lebih memahami dampak psikologis dari hiperrealitas dalam media sosial. Pendidikan literasi media dapat membantu pengguna mengenali bagaimana identitas mereka dibentuk oleh algoritma, tren, dan ekspektasi sosial. Selain itu, perlu ada

dorongan untuk representasi yang lebih autentik di media sosial, sehingga pengguna dapat lebih nyaman menampilkan versi diri mereka yang lebih jujur, tanpa tekanan untuk selalu tampil sempurna. Kajian akademik lebih lanjut sangat diperlukan untuk memahami dampak jangka panjang dari hiperrealitas dalam komunikasi digital, termasuk pengaruhnya terhadap kesehatan mental dan interaksi sosial Gen Z. Selain itu, regulasi dan kebijakan platform media sosial perlu mempertimbangkan pengaturan algoritma yang lebih etis, yang tidak hanya berorientasi pada keterlibatan pengguna tetapi juga memperhitungkan dampak psikologis dari konten yang dipromosikan. Melalui pendekatan yang lebih kritis terhadap konsumsi dan produksi konten digital, Gen Z dapat membangun hubungan yang lebih sehat dengan media sosial tanpa terjebak dalam simulasi hiperrealitas yang mengaburkan batas antara dunia digital dan kehidupan nyata.

DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, Yahya. 2019. “Gereja Dan Pengaruh Teknologi Informasi ‘Digital Ecclesiology.’” *Fidei: Jurnal Teologi Sistematis dan Praktika* 1(2): 270–83. doi:10.34081/270033.
- Asyahidda, Fajar Nugraha, and Abdul Azis. 2024. “Konformitas Dan Penyimpangan : Perspektif Sosiologis Tentang Pengalaman FoMO Di Kalangan Generasi Z Pada Media Sosial TikTok.” 11: 120–32.
- Chairunnisa, Amadona Farninda, Mayasari Mayasari, and Fardiah Oktariani Lubis. 2023. “Hiperrealitas Dalam Media Sosial.” *Da’watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting* 4(2): 611–25. doi:10.47467/dawatuna.v4i2.4692.
- Deviona, Elrizfa, Syifa Syarifah Alamiyah, Article Info, and Article History. 2024. “Hiperrealitas Dan Perubahan Gaya Komunikasi Gen Z Pada TikTok.” 7: 13412–17.
- Fadil Nurmansyah. 2021. “Hiperrealitas Pada Media Sosial Pengguna Instagram Di Kalangan Mahasiswa.” *Ad-Dariyah: Jurnal Dialektika, Sosial dan Budaya* 2(2): 1–15. doi:10.55623/ad.v2i2.79.
- Francis, Tracy, and Fernanda Hoefel. 2018. “‘True Gen’: Generation Z and Its Implications for Companies.” *McKinsey & Company*: 10. <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Consumer Packaged Goods/Our Insights/True Gen Generation Z and its implications for companies/Generation-Z-and-its-implication-for-companies.ashx>.
- Harahap, Muhammad Arfan, and Sri Wahyuni Hasibuan. 2025. “Pelatihan Penulisan Artikel Ilmiah Dengan Metode Systematic Literature Review (SLR).” 3(2): 104–11.
- Jasmi, Kamarul Azmi. 2012. “Metodologi Pengumpulan Data Dalam Penyelidikan Kualitatif.” *Kursus Penyelidikan Kualitatif Siri 1 2012* (January 2012). http://eprints.utm.my/41091/1/KamarulAzmiJasmi2012_MetodologiPengumpulanDataPenyelidikanKualitatif.pdf.
- Jauhari, Minan. 2017. “Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard.” *Jurnal AL-’Adalah* 20(1): 117–

36. <http://ejournal.iain-jember.ac.id/index.php/aladalah/article/view/737/584>.
- Masut, Vinsensius Rixnaldi, Robertus Wijanarko, and Pius Pandor. 2023. "Objektivikasi Subjek Dalam Budaya Kontemporer Berdasarkan Konsep Hiperrealitas Jean Baudrillard." *Jurnal Filsafat Indonesia* 6(3): 303–15. doi:10.23887/jfi.v6i3.59000.
- Prastiwi, Andar, and Batuallo, Debbye Ignasia Chainar. 2023. "Instagram Story: Kajian Hiperrealitas Pada Mahasiswa Penggunaan Instagram Instagram Story: Hyperreality Study of Students' Use of Instagram." *Jurnal Antarpologi* 4(November): 107–19. <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/BALELE/article/viewFile/60060/pdf> 107-119.
- Shafira Ramadiani Herliza, Faradiba Aurel Yasmin, Nanda Salma Zhafira, and Razpa Arya Wardana. 2023. "Metode System Literature Review Untuk Analisis Penggunaan TIK Sebagai Media Pembelajaran." *Jurnal ilmiah Sistem Informasi dan Ilmu Komputer* 3(2): 186–99. doi:10.55606/juisik.v3i2.499.
- Subandi. 2011. "Deskriptif Kualitatif Sebagai Salah Satu Metode Penelitian Pertunjukan." *Harmonia* 11(2): 173–79. <https://media.neliti.com/media/publications/62082-ID-deskripsi-kualitatif-sebagai-satu-metode.pdf>.
- Triandini, Evi, Sadu Jayanatha, Arie Indrawan, Ganda Werla Putra, and Bayu Iswara. 2019. "Metode Systematic Literature Review Untuk Identifikasi Platform Dan Metode Pengembangan Sistem Informasi Di Indonesia." *Indonesian Journal of Information Systems* 1(2): 63. doi:10.24002/ijis.v1i2.1916.
- Watie, Errika Dwi Setya. 2016. "Komunikasi Dan Media Sosial (Communications and Social Media)." *Jurnal The Messenger* 3(2): 69. doi:10.26623/themessenger.v3i2.270.