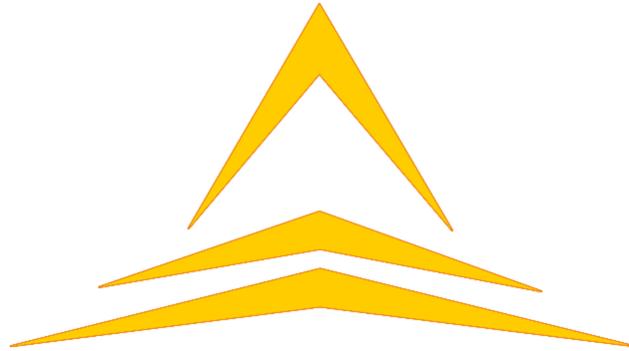


**HIPERREALITAS SIMULAKRA MEDIA SOSIAL  
Studi pada Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto  
Pengguna Instagram**



**IAIN PURWOKERTO**

**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah  
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto  
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana Sosial (S.Sos)**

**Oleh:  
AKHMAD YUSUF  
NIM. 1323102046**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO  
2018**

# **HIPERREALITAS SIMULAKRA MEDIA SOSIAL**

## **Studi pada Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto Pengguna Instagram**

*Oleh: Akhmad Yusuf*  
*NIM. 1323102046*

### **Abstrak**

Arus kebudayaan dibarengi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat membuat masyarakat menjadi lupa dengan realitas yang sesungguhnya. Penggunaan media sosial kian menjamur dikalangan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, namun dengan adanya media sosial justru memisahkan kehidupan sosial secara nyata, kita bisa melihat ketika ada kerumunan mahasiswa di kantin ataupun di dalam kelas, mereka sibuk sendiri dengan *smartphone*-nya masing-masing. Hal ini menjadi efek negatif bagi kehidupan manusia, karena mereka terkungkung dalam realitas yang semu yang digambarkan oleh Baudrillard sebagai hiperealitas (*hiperreality*).

Berdasar pada latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji budaya media yang ada pada mahasiswa KPI IAIN Purwokerto. Fokus permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana hiperealitas simulakra di Instagram Mahasiswa Program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto, mengingat instagram sebagai media yang sedang *bomming* dikalangan mahasiswa KPI.

Berdasar perumusan masalah tersebut, maka digunakan teori hiperealitas dan simulakra yang dikonsep oleh Jean Baudrillard dalam melihat budaya hiperealitas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif (*study case*) dengan sumber data instagram mahasiswa KPI IAIN Purwokerto. Data-data yang telah dianalisis memiliki aspek yang mengarah pada hiperealitas serta dikaji sejauh mana budaya *hipereal* mahasiswa KPI.

Dari penelitian yang dilakukan, diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa mahasiswa program studi KPI IAIN Purwokerto sudah memasuki dunia *hipereal*, di mana ditemukan beberapa aspek yang mengarah pada hiperealitas, seperti ekstasi komunikasi dan konsumtif. Mereka lupa jati diri yang sebenarnya, kenyataan yang ditampilkan di instagram berbeda dengan apa yang terjadi. Proses simulakra yang dialami oleh tiap informan berbeda-beda berdasarkan pengalaman yang dimiliki, dari telaah ketujuh informan, telah diketahui bahwa mahasiswa KPI sudah mencapai pada fase citraan ketiga, di mana simulakra sudah menghilangkan realitas dasar. Mereka meyakini bahwa apa yang harus ditampilkan di akun instagramnya haruslah sempurna, agar dinilai baik dan bagus oleh *follower*, dengan mengedit foto-foto yang akan di *upload*.

**Kata Kunci:** hiperealitas, simulakra, instagram, Jean Baudrillard, mahasiswa.

## DAFTAR ISI

|   |             |
|---|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL .....</b>                                  | <b>i</b>    |
| <b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>                             | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>                              | <b>iii</b>  |
| <b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>                           | <b>iv</b>   |
| <b>MOTTO .....</b>  | <b>v</b>    |
| <b>ABSTRAK .....</b>  | <b>vi</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                  | <b>vii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                      | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                   | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                                 | <b>xiii</b> |
| <b>BAB I : PENDAHULUAN.....</b>                             | <b>1</b>    |
| A. Latar Belakang Masalah .....                             | 1           |
| B. Definisi Operasional.....                                | 7           |
| C. Rumusan Masalah .....                                    | 9           |
| D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....                       | 9           |
| E. Kajian Pustaka .....                                     | 9           |
| F. Sistematika Pembahasan .....                             | 12          |
| <b>BAB II : LANDASAN TEORI.....</b>                         | <b>13</b>   |
| A. Konsep Hiperealitas dan Simulakra Jean Baudrillard ..... | 13          |
| B. Simulasi Media Sosial .....                              | 18          |
| C. Instagram .....  | 21          |
| 1. Pengertian Instagram .....                               | 21          |
| 2. Sejarah Instagram .....                                  | 22          |
| 3. Fitur Instagram.....                                     | 24          |
| 4. Kelebihan dan Kekurangan Instagram.....                  | 26          |
| D. Kerangka Berpikir .....                                  | 27          |
| <b>BAB III : METODE PENELITIAN .....</b>                    | <b>29</b>   |
| A. Jenis Penelitian .....                                   | 29          |

|  |           |
|--|-----------|
| B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....                | 28        |
| C. Sumber Data .....                               | 30        |
| D. Objek dan Subjek Penelitian .....               | 30        |
| E. Teknik Pengumpulan Data .....                   | 31        |
| F. Teknik Analisis Data .....                      | 33        |
| <b>BAB IV : HASIL PENELITIAN .....</b>             | <b>36</b> |
| A. Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto .....           | 36        |
| 1. Profil Fakultas Dakwah .....                    | 36        |
| 2. Visi, Misi dan Tujuan Penyiaran Islam .....     | 38        |
| 3. Tradisi Mahasiswa KPI.....                      | 39        |
| B. Instagram Bagi Mahasiswa.....                   | 40        |
| C. Hiperealitas: Realitas Semu Mahasiswa KPI ..... | 45        |
| D. Dampak Penggunaan Media Instagram.....          | 65        |
| <b>BAB V : PENUTUP .....</b>                       | <b>68</b> |
| A. Simpulan.....                                   | 68        |
| B. Saran .....                                     | 69        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>                              |           |
| <b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>                           |           |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>                        |           |

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 2.1 : Skema Fase Citraan menurut Jean Baudrillard, 16
- Gambar 2.2 : Skema Kerangka Berpikir, 27
- Gambar 3.1 : Alur analisis data Model Miles dan Huberman, 35
- Gambar 4.1 : Alur Simulakra Informan ZQ, 53
- Gambar 4.2 : Bingkai yang sama di instagram ZQ, 53
- Gambar 4.3 : Alur Simulakra Informan INZ, 54
- Gambar 4.4 : Kebiasaan berkomunikasi dengan instagram, 55
- Gambar 4.5 : *Tone* warna yang sama pada postingan, 55
- Gambar 4.6 : Alur Simulakra Informan AL, 56
- Gambar 4.7 : Gaya sok jutek AL di instagram, 57
- Gambar 4.8 : Foto *vintage* hasil editing, 58
- Gambar 4.9 : Alur Simulakra Informan IL, 59
- Gambar 4.10 : Foto *selfie* IL, 59
- Gambar 4.11 : Alur Simulakra Informan LDS , 60
- Gambar 4.12 : Gaya hidup, 61
- Gambar 4.13 : Alur Simulakra Informan MK, 62
- Gambar 4.14 : *Shopping mall*, 62
- Gambar 4.15 : Alur Simulakra Informan SN, 63
- Gambar 4.16 : Keserasian tema pada *feed* instagram, 64

IAIN PURWOKERTO

## DAFTAR TABEL

- Tabel 4.1 : Tradisi Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto, 39  
Tabel 4.2 : Data Informan dan Media Sosialnya, 40  
Tabel 4.3 : Proses Citraan pada Mahasiswa KPI IAIN Purwokerto, 65



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pedoman Wawancara

Lampiran 2 Biodata Informan

Lampiran 3 Foto Dokumentasi

Lampiran 4 Kartu Bimbingan Skripsi

Lampiran 5 Surat Keterangan Penelitian



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

“*Saiki zamane zaman edan, yen ora ngedan ora keduman*”.<sup>1</sup> salah satu ungkapan yang mengarah pada Serat Kalatida, sebuah karya dari Raden Ngabehi Ronggowarsito. Ungkapan ini sudah mulai tercermin dalam kehidupan kita sehari-hari yang semakin modern, banyak orang mengatakan ketika kita tidak mengikuti zaman maka kita dianggap ketinggalan zaman.

Dari perkataan tersebut menandakan era modern yang sedang kita jalani sekarang ini. Setiap individu yang kita temui mayoritas asyik dengan *gadget*-nya masing-masing, mereka mengabaikan apa yang ada di sekelilingnya. Hal seperti ini bisa kita lihat setiap hari di berbagai tempat, di rumah, lorong-lorong kampus maupun tempat umum lainnya. Contoh kecil penulis sajikan dari Mahasiswa program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN Purwokerto, mahasiswa yang basisnya perguruan tinggi Islam ini masih saja hanyut dalam arus modernisasi teknologi komunikasi dan informasi.

Sebagai mahasiswa dari perguruan tinggi Islam seharusnya mereka bijak dalam menggunakan media, karena mafhum apa yang berlebihan itu tidak baik bagi dirinya maupun orang lain. Namun, kenyataannya mereka tetap saja berlebihan dalam penggunaan media, sampai lalai dengan apa yang sedang mereka hadapi. Kebiasaan ini juga merambah pada aspek lainnya seperti dalam konsumsi maupun *fashion*, pola hidup yang berlebihan ini dalam agama disebut sebagai *isyraf* perbuatan yang melebihi batas wajar. Menyoal tentang *isyraf* Al-Qur'an sudah memaparkan sebagai berikut:<sup>2</sup>

وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ.

---

<sup>1</sup> Edison Siahaan dan Aditya, *Jamane Jaman Edan*, <http://beritabatavia.com/detail/8212/jamane-jaman-edan#.W111ENUzbIV>, 2011, diakses 5 Desember 2017.

<sup>2</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta: Riels Grafika, 2009), hlm. 154.

“....makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S. Al-A’raf : 31).

Mengenai tafsir dari ayat di atas Imam Bukhori mengatakan, Ibnu Abbas berkata bahwa makna yang dimaksud ialah makanlah sesukamu dan berpakaianlah sesukamu selagi engkau hindari dua pekerti, yaitu berlebih-lebihan dan sombong.<sup>3</sup> Dari keterangan ayat di atas sudah jelas bahwa sesuatu yang berlebihan dilarang oleh agama. Kebanyakan dari kita tidak mengindahkan apa yang telah ditetapkan dalam kitab suci yang menjadi pedoman hidup manusia. Kita boleh saja mengkonsumsi makanan, minuman, *fashion* bahkan bermedia sosial, itu suatu hal yang wajar ketika digunakan dengan semestinya.

Gaya hidup mahasiswa yang condong pada pergaulan modern menjadi salah satu penyebab hedonis<sup>4</sup>, mahasiswa lebih sering memilih tempat makan maupun minum yang terkenal, mengenakan pakaian modis yang *booming* di media sosial. Hal inilah yang sebenarnya bukan lagi kebutuhan yang nyata, akan tetapi yang mereka lakukan adalah gaya hidup yang dianggap meninggikan prestise diri. Penggunaan sesuatu sudah melebihi batas dari kebutuhan seperti inilah yang tidak dibenarkan menurut agama.

Penggunaan media sosial kian menjamur di kalangan mahasiswa KPI, namun dengan adanya media sosial justru memisahkan kehidupan sosial yang sesungguhnya, salah satu mahasiswa mengatakan “ketika kita kumpul bareng dengan teman kelas kita sibuk sendiri dengan *handphone* kita masing-masing.”<sup>5</sup> Fakta ini sudah jelas bahwa media yang kita gunakan dapat menjauhkan apa yang dekat dengan kita, namun mesra dengan yang jauh tak kasat mata. Mahasiswa yang menjadi harapan untuk mengubah bangsa (*agent of change*), cikal bakal penerus bangsa (*iron stock*), dan sebagai kontrol sosial dalam bermasyarakat (*social control*), seolah-olah peran mahasiswa yang

---

<sup>3</sup> Ibnu Katsir Ad-Dimsyaqy, *Tafsir Ibnu Katsir P7*\_hlm.17.

<sup>4</sup> Hedonis adalah sebutan bagi orang-orang yang menganut paham hedonisme, hedonisme sendiri merupakan pandangan yang menganggap kesenangan dan kenikmatan materi sebagai tujuan utama dalam hidup.

<sup>5</sup> Wawancara dengan ZQ, pada 22 September 2017, di gedung Dakwah lantai 3.

penting ini hanya menjadi ungkapan saja ketika mahasiswa sendiri sudah terbuai dengan suguhan media.

Dengan kemajuan teknologi yang pesat, Jean Baudrillard<sup>6</sup> menyebutkan masyarakat kontemporer sekarang ini berada pada era posmodern<sup>7</sup>, era di mana masyarakat tidak memandang apa yang sebenarnya dibutuhkan, tetapi lebih mengedepankan prestise dan gaya hidup sebagai citra diri dari apa yang mereka butuhkan. Kehidupan yang lebih mapan seperti sekarang ini disebabkan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu cepat, sehingga masyarakat seolah tersihir ke dalam dunia teknologi informasi yang menyuguhkan berbagai kemudahan, kecanggihan, dan keamanan.

Arus kebudayaan dibarengi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang begitu pesat membuat masyarakat menjadi lupa dengan realitas yang sesungguhnya. Hal ini menjadi efek negatif bagi kehidupan manusia, karena mereka terkukung dalam realitas yang semu yang digambarkan oleh Baudrillard sebagai hiperealitas (*hyperreality*).<sup>8</sup> Dunia hiperealis adalah dunia yang disarati oleh silih bergantinya reproduksi objek-objek simulakrum—objek-objek yang murni penampakan, yang tercabut dari realitas sosial masa lalunya, atau sama sekali tak mempunyai realitas sosial

---

<sup>6</sup> Jean Baudrillard adalah filsuf Prancis dan teoritikus sosial-budaya (terutama budaya media) yang paling provokatif selama tahun 1970-an dan 1980-an dan pemikirannya mempengaruhi kajian sosial-budaya awal abad ke-21. Ia mengemukakan beberapa konsep yang khas seperti: *simulacra*, *implosion*, *hyperreality*, *comodity*, *sign*, *fractal*, *virtual*, *imploding*, *estacic* dan lain-lain. Lihat juga (Kelner, 2010: 403) dalam Akhyar. *Postmodernisme Teori dan Metode*. Selain istilah yang khas miliknya itu, ia juga menggunakan beberapa konsep lain yang umumnya digunakan postmodernis seperti: “hilang atau matinya subjek”, “ekonomi politik”, “makna”, “kebenaran”, “yang sosial” dan lain-lain. Akhyar Yusuf Lubis. *Postmodernisme Teori dan Metode*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, cet. III, 2016), hlm. 170.

<sup>7</sup> Menurut Piliang, postmodernisme adalah gerakan kebudayaan pada umumnya, yang dicirikan oleh penentangan terhadap totalitarisme dan universalisme, serta kecenderungannya ke arah keanekaragaman, ke arah melimpah-ruah dan tumpang-tindihnya berbagai citraan dan gaya, sehingga menimbulkan fragmentasi, kontradiksi dan pendangkalan makna kebudayaan. Lihat Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*, (Bandung: Mizan, cet. III, 1999), hlm. 20.

<sup>8</sup> Menurut Piliang, hiperealitas adalah keadaan runtuhnya realitas, yang diambil alih oleh rekayasa model-model (citraan, halusinasi, simulasi), yang dianggap lebih nyata dari realitas sendiri, sehingga perbedaan antara keduanya menjadi kabur. Lihat Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat...*, hlm. 16.

sebagai referensinya.<sup>9</sup> Ketika masyarakat memasuki era posmodern maka akan terjadi perubahan pada pola interaksi sosial dan cara komunikasi masyarakat, tetapi juga perubahan sikap dan perilaku masyarakat dalam menyikapi realitas sosial yang ada di sekitarnya.<sup>10</sup> Secara umum semakin sulit dibedakan antara realitas sosial yang alami, dan realitas yang semu, dan mana pula realitas sosial yang melampaui batas dirinya sendiri.

Komunikasi di era posmodern sudah berkembang melampaui batasnya (*hyper-communication*), pertumbuhan komunikasi terus berlangsung tak terkendali dengan kecepatan tinggi, dengan berbagai bentuk, gaya, langgam, dan variasi (*talk-show, chatting, bincang-bincang fans, temu bintang, kuis*) sehingga ia telah kehilangan tujuan, fungsi dan maknanya dalam membangun kehidupan manusia yang berkualitas.<sup>11</sup> Makna pesan yang mendasar dalam komunikasi kini telah lenyap melalui citra dan tanda yang ada hanyalah permainan tanda dan kesenangan. Bentuk komunikasi posmodern berkembang semakin cepat dengan beragam bentuk. Namun, dengan kecepatan dan aneka ragam bentuk itu ia telah kehilangan arah dan tujuannya. Baudrillard menggunakan istilah hiperealitas (*hyperreality*) untuk menjelaskan kondisi realitas (komunikasi) yang melampaui ini.

Berkembangnya hiperealitas komunikasi ini tidak lepas dari teknologi media komunikasi yang menuju arah teknologi simulasi. Di dalam hiperealitas komunikasi, komunikasi telah lepas dari realitas yang tidak mempunyai referensi. Komunikasi seolah menjadi ekstasi<sup>12</sup> yang tidak membutuhkan tujuan dan, komunikasi berlangsung begitu saja, tanpa memerlukan fondasi makna, logika tujuan, dan landasan nilai guna. Komunikasi ‘muncul dan menghilang’ secara instan dalam kecepatan tinggi

---

<sup>9</sup> Yasraf Amir Piliang, *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. (Yogyakarta: Jalasutra, 2003). hlm.136.

<sup>10</sup> Bagong Suyanto, *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013). hlm.198.

<sup>11</sup> Yasraf Amir Piliang, *Mediator*, “Posmodernisme dan Ekstasi Komunikasi”, Vol. 2 No.2, 2001, hlm. 166.

<sup>12</sup> Baudrillard menganalogikan ekstasi untuk menggambarkan semacam ‘kemabukan’ yang melanda masyarakat kontemporer dalam komunikasi, komoditi, konsumsi, hiburan, sosial, dan politik. Lihat Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat...*, hlm. 15.

di dalam orbitnya, tanpa berkaitan dengan kondisi dan kebutuhan riil masyarakat—inilah ekstasi komunikasi.<sup>13</sup>

Piliang menambahkan bahwa dalam ekstasi komunikasi, sebuah bentuk komunikasi dianggap ‘baik’ bila ia berlangsung secara cepat, sesuai hukum percepatan perputaran kapital sebagai logika komunikasi di dalam masyarakat kapitalisme lanjut. Komunikasi menjelma menjadi semacam ‘keharusan komunikasi’ (*communication imperative*) meskipun tidak ada yang perlu dikomunikasikan.

Bentuk dari media sosial yang digunakan masyarakat sangat beragam baik untuk akses informasi maupun untuk keperluan komunikasi. Beberapa diantaranya ada yang digunakan untuk pengiriman pesan (*chatting*), berbagi foto maupun video. Instagram merupakan salah satu media sosial yang lebih mengedepankan visual fotografi yang digunakan untuk berkomunikasi secara virtual. Model komunikasi secara virtual ini sudah menjadi tren baru dalam masyarakat sejalan dengan berkembangnya media sosial, konstruksi ruang virtual yang diproduksi teknologi mengakibatkan manusia hanyut di dalamnya dan terinterupsi dari ruang realitasnya.<sup>14</sup> Komunikasi lewat media telah membuat orang terjebak dalam permainan simulakra yang tidak berhubungan dengan realitas eksternal. Kondisi yang seperti inilah yang Baudrillard sebut sebagai hiperealitas. Dengan tren yang seperti ini masyarakat telah menelan makna, informasi dan transparansi secara rakus, sehingga melampaui batas dan mengalami ekstasi permanen: ekstasi sosial (massa), tubuh (kegemukan), seks (kecabulan), kekerasan (teror), dan informasi (simulasi).<sup>15</sup>

Baudrillard mengemukakan bahwa kita berada di era simulakra di mana keaslian dan dunia kultural yang cepat lenyap. Dunia yang dipenuhi oleh citra dan penanda suatu peristiwa dan telah menggantikan pengalaman

---

<sup>13</sup> Yasraf Amir Piliang, *Mediator*, “Posmodernisme...”, hlm. 169.

<sup>14</sup> Yanti Dwi Astuti, *Jurnal Komunikasi PROFETIK*, “Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace”, Vol. 08/No.02/Oktobre 2015, hlm. 15-16.

<sup>15</sup> Jean Baudrillard, *Ekstasi Komunikasi*, terj. Jimmy Firdaus. (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2016), hlm. 75.

nyata. Perkembangan teknologi digital juga erat kaitannya dengan proses simulasi, yang sarat dengan manipulasi visual.<sup>16</sup>

Penggunaan teknologi digital sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat kontemporer sekarang ini, bahkan waktu yang mereka habiskan untuk berselancar di internet tidak sedikit. Karthik Venkatakrisnan selaku *Regional Director* lembaga riset *Growth for Knowledge* (GfK) Asia, menyampaikan dalam salah satu sesi konferensi yang diadakan di *Social Media Week 2016*, “rata-rata pengguna *smartphone* di Indonesia bisa menghabiskan waktu 32 jam untuk memakai aplikasi apapun dalam waktu sebulan. Sebanyak 19 jam di antaranya dipakai sebagai waktu '*chatting*'.”<sup>17</sup>

Dari hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa negara Indonesia merupakan negara yang paling banyak menghabiskan waktunya untuk berselancar di dunia maya dibandingkan dengan negara-negara yang lain. Mereka tidak sadar bahwa mereka terperangkap dalam simulasi yang disuguhkan oleh media, hal tersebut di luar kendali karena menganggap aktivitas itu sama sekali tidak mengganggu aktivitas lainnya.

Simulakrum tampil seperti realitas yang sesungguhnya, padahal ia adalah *realitas artifisial* yang diciptakan melalui teknologi simulasi media.<sup>18</sup> Fenomena simulakra pada media sosial layak untuk dikaji secara ilmiah mengingat keberadaannya begitu sentral dalam masyarakat. Terlebih lagi peran media yang sangat kental dalam kehidupan pelajar khususnya mahasiswa. Hal ini patut dikaji secara teoritis berkenaan dengan kedudukan dan implikasinya dalam kehidupan masyarakat. Semua ini berangkat dari asumsi yang melihat kemajuan teknologi komunikasi dan informasi serta penggunaannya di kalangan pelajar yang kini mulai tidak sehat.

Media sosial disinyalir menjadi penyebab ekstasi bagi penggunanya. Oleh karena itu pembuktian secara ilmiah diperlukan untuk keakuratan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan serta menjauhi pernyataan yang

---

<sup>16</sup> Martadi, *Nirmana*, “Hiper-realitas Visual”, Vol. 5. No. 1. Januari 2003, hlm. 85.

<sup>17</sup> [Liputan 6.com.html](http://liputan6.com.html) diakses pada 6 September 2017.

<sup>18</sup> Yasraf Amir Piliang, *Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Era Virtualitas* (Yogyakarta: Jalasutra, 2005), hlm. 223.

bersifat rekaan. Dari berbagai media sosial yang ada saat ini yang lebih menjadi perhatian penulis ialah instagram sebagai media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video.

Berangkat dari persoalan tersebut, sebagaimana yang telah dipaparkan di atas, maka penulis mencoba menelaah hiperealitas simulakrum yang ada pada pengguna Instagram. Oleh karena itu penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tentang: ***“Hiperealitas Simulakra pada Pengguna Instagram”***.

## **B. Definisi Operasional**

### **1. Hiperealitas**

Menurut Jean Baudrillard, hiperrealitas adalah gejala bermunculnya berbagai realitas buatan yang bahkan lebih real daripada yang real.<sup>19</sup> Bagi Baudrillard, hiperealitas mempertentangkan simulasi dan representasi. Simulasi bagi Baudrillard adalah simulakrum dalam pengertian khusus, yang disebutnya simulakrum sejati, dalam pengertian bahwa sesuatu tidak menduplikasi sesuatu yang lain sebagai model rujukannya, akan tetapi menduplikasi dirinya sendiri. Peneliti melihat hiperealitas di sini ialah kemampuan media massa yang mendaur ulang realitas sehingga antara realitas yang asli bercampur dengan citraan, ilusi, imajinasi, dan fantasi, sehingga masyarakat terkukung dalam realitas palsu.

### **2. Simulakra**

Simulakra atau simulakrum ialah sebuah duplikasi dari duplikasi, yang aslinya tidak pernah ada, sehingga perbedaan antara duplikasi dan asli menjadi kabur.<sup>20</sup> The Oxford English Dictionary memberikan pengertian *simulacra* dengan aksi atau tindakan menirukan dengan maksud menipu”. Adapun penjelasan lain: asumsi atau penampilan palsu, kemiripan permukaan, tiruan dari sesuatu. Akhyar mendefinisikan

---

<sup>19</sup> Selu Margaretha Khushendrawati, *Hiperealitas dan Ruang Publik (Sebuah Analisis Cultural Studies)*, (Jakarta: Penaku, 2011), hlm.120-121.

<sup>20</sup> Yasraf Amir Piliang, *Sebuah Dunia yang Dilipat...*, hlm. 20.

*simulacra* sebagai “sebuah citra material”, dibuat sebagai sebuah representasi dari beberapa dewa, orang, atau sesuatu.<sup>21</sup>

### 3. Instagram

Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial, yang bersifat interaktif. Media sosial berbasis pada teknologi internet yang mengubah pola penyebaran informasi dari yang sebelumnya bersifat *broadcast media monologue* (satu ke banyak audiens) ke *social media dialogue* (banyak audiens ke banyak audiens).<sup>22</sup> Salah satu dari media sosial adalah instagram.

Menurut pengertian instagram berasal dari keseluruhan fungsi aplikasi ini, kata "*insta*" berasal dari kata "*instan*", seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Sedangkan untuk kata "*gram*" berasal dari kata "*telegram*" yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itulah instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.

Menurut Bambang, instagram adalah sebuah aplikasi dari *smartphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya. Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreatifitas, karena instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> Akhyar Yusuf Lubis, *Postmodernisme Teori...*, hlm. 180.

<sup>22</sup> Nabila Aprilia, *Instagam Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas)*, (Bandung: Unpas, 2015), hlm. 24.

<sup>23</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta: Media Kita, 2012), hlm.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan menjadi fokus kajian dalam penelitian, yakni bagaimana hiperealitas simulakra pada mahasiswa KPI IAIN Purwokerto pengguna instagram?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang ditemukan dalam rumusan masalah, menjelaskan dan menguraikan hiperealitas simulakra pada mahasiswa program studi KPI IAIN Purwokerto pengguna instagram.

#### **2. Manfaat Penelitian**

- a. Penelitian ini diharapkan menjadi sedekah keilmuan berupa gagasan-gagasan tentang simulakra dan simulasi pada media sosial melalui teori simulakra dan simulasi Jean Baudrillard.
- b. Menambah kajian tentang hiperealitas di Indonesia terutama simulakra dan simulasi dalam media.
- c. Secara praktis, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi penelitian-penelitian selanjutnya.

### **E. Kajian Pustaka**

Penelitian ini menggunakan berbagai sumber kajian pustaka, berupa buku, jurnal, makalah, artikel, atau hasil studi yang berkaitan dengan penelitian yang akan penulis susun dengan tujuan sebagai pembanding apakah ini layak untuk diteliti. Ada beberapa penelitian yang membahas tentang hiperealitas dan simulakra, diantaranya;

Penelitian *Pertama*,<sup>24</sup> oleh Herlinda Fitria, S1 Sosiologi UI yang berjudul “Hiperrealitas dalam Sosial Media (Studi Kasus: Makan Cantik di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan).” Kajian penelitian mengenai fenomena makanan di restoran yang telah menjadi sebuah gaya hidup baru bagi masyarakat perkotaan khususnya Jakarta yang disebut dengan makan cantik. Penelitian ini sama seperti penelitian penulis yaitu mengkaji tentang hiperealitas media sosial, namun yang membedakan adalah subjek dalam penelitiannya.

Penelitian *kedua*,<sup>25</sup> Anggi Virgianti, S1 Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Pogram Studi Jepang UI meneliti tentang “Simulakra Dalam Globalisasi Sebagai Katalisator Lahirnya Otaku”. Skripsi ini membahas globalisasi dengan simulakra di dalamnya yang membawa dampak merosotnya intensitas interaksi sosial di tengah masyarakat jepang. Berdasarkan teori *simulacra* Baudrillard terbukti dalam hasil penelitian ini bahwa realitas di mana interaksi sosial telah berkurang adalah benar mendorong terwujudnya *simulacra* untuk aktif membentuk *hyperreality* berupa interaksi intim dengan para karakter dua dimensi (*kyarakutaa*) yang pada akhirnya melahirkan individu-individu yang disebut *otaku*. Persamaan dari penelitian ini dengan penulis terletak pada objek simulakra yang membawa dampak pada kehidupan sosial, namun yang membedakan adalah fokus kajiannya, jika penelitian ini fokus pada masyarakat jepang, penulis hanya memfokuskan pada mahasiswa KPI IAIN Purwokerto.

Penelitian *ketiga*,<sup>26</sup> Restu Puji Arum, S1 Ilmu Filsafat UGM yang meneliti tentang “Konsep Ruang Semu Facebook Ditinjau dari Teori Ekstasi Komunikasi Jean Baudrillard” Hasil dari penelitian ini yaitu Facebook sebagai ruang publik baru dan merupakan sebuah ruang maya yang menjadi

---

<sup>24</sup> Herlinda Fitria, *Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi*, “Hiperrealitas dalam Sosial Media (Studi Kasus: Makan Cantik di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan)”, Volume 45. Nomor. 2. Desember 2015, hlm. 87.

<sup>25</sup> Anggi Virgianti, *Simulakra Dalam Globalisasi Sebagai Katalisator Lahirnya Otaku*, (Jakarta: Universitas Indonesia, 2011).

<sup>26</sup> Restu Puji Arum, *Konsep Ruang Semu Facebook Ditinjau dari Teori Ekstasi Komunikasi Jean Baudrillard*, (Yogyakarta: UGM, 2015).

simulator lingkungan sosial manusia, tidak terbatas pada ruang dan waktu, dan telah melampaui dari realitas itu sendiri. Penelitian ini lebih fokus pada medianya (*facebook*) sedang penelitian penulis fokus pada pengguna medianya (*instagram*).

Penelitian *keempat*,<sup>27</sup> Arjuna Putra Aldiano, S1 Fakultas Ilmu Pendidikan UNY meneliti tentang Simulakra Dalam Game Edukasi Sebagai Pembelajaran. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa realita yang dikonstruksi oleh game Dora The Explorer seri Candy Land ini ialah realitas simulacra, yakni realita maya namun nampak nyata. Bahkan ia menghasilkan sebuah dunia hiperealitas, yakni dunia yang tak lagi mengacu pada realitas nyata. Kemudian ditemukan bahwa internalisasi nilai yang ada di dalam game ini memungkinkan pemain mengidentifikasikan dirinya dengan konsep-konsep diri yang dibangun oleh dunia virtual. Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah sama-sama mengkaji tentang simulakra, namun yang membedakan aplikasi yang menjadi objek penelitiannya.

Penelitian *kelima*,<sup>28</sup> Vedrix Zan Ritara dan Diah Agung Esfandari, S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom dengan judul Proses Simulacra Yang Dialami Penggemar Harry Potter (Studi Deskriptif Pada Anggota Komunitas Indo Harry Potter). Hasil penelitian yang didapatkan adalah proses simulacra yang dialami oleh tiap individu berbeda-beda berdasarkan pengalaman yang dimiliki, namun telah sampai pada fase simulacra kedua dimana simulacra mulai mengubah dan menutupi realitas yang sebenarnya. Sehingga konsep simulacra, simulasi serta hiperrealitas yang dialami juga berbeda-beda, yang kaitannya dengan meyakini bahwa cerita Harry Potter itu memang nyata hingga mengidentifikasikan diri sebagai salah satu karakter yang ada pada cerita Harry Potter.

---

<sup>27</sup> Arjuna Putra Aldiano, *Simulakra Dalam Game Edukasi Sebagai Pembelajaran*, E-Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan Vol. V Nomor 8 Tahun 2016, hlm. 360.

<sup>28</sup> Vedrix Zan Ritara dan Diah Agung Esfandari, *Proses Simulacra Yang Dialami Penggemar Harry Potter (Studi Deskriptif Pada Anggota Komunitas Indo Harry Potter)*, e-Proceeding of Management : Vol.4, No.1 April 2017, hlm. 1067.

Penelitian ini sama membahas tentang simulakra namun, yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis yakni pada fokus penelitian, jika penelitian ini fokus pada proses simulakra penulis lebih fokus pada dampak dari simulakranya.

#### **F. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan merupakan suatu susunan atau urutan dari pembahasan yang ada dalam penelitian, adapun sistematika pembahasan dari penelitian ini penulis membagi dalam lima bab, yakni sebagai berikut:

*Bab pertama*, berupa pendahuluan yang berisi penjelasan tentang latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, dan sistematika pembahasan.

*Bab kedua*, berisi landasan teori hiperealitas dan simulakra serta kerangka berpikir untuk menganalisis dan menyajikan hasil penelitian.

*Bab ketiga*, berisi metode penelitian meliputi jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

*Bab keempat*, menyajikan data dan hasil penelitian pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

*Bab kelima*, berisi penutup, yang memuat simpulan dan saran.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Simpulan**

Dari teori hiperealitas dan simulakra yang dikonsepsi oleh Jean Baudrillard dalam melihat budaya media, yang kemudian digunakan oleh penulis sebagai metode analisis pada hiperealitas simulakra mahasiswa di Instagram. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis melalui wawancara serta observasi yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana hiperealitas simulakra mahasiswa KPI IAIN Purwokerto pengguna Instagram adalah kehidupan mahasiswa KPI sudah mulai memasuki dunia *hipereal*, di mana ditemukan beberapa aspek yang mengarah pada hiperealitas.

Kebiasaan dalam mengakses Instagram mengarahkan mahasiswa KPI pada gaya dan penampilan yang sedang viral (*ngetren*), mereka tidak mau ketinggalan zaman untuk hal ini. Hal ini mengakibatkan mahasiswa menjadi konsumtif, mereka mengonsumsi sesuatu secara berlebihan, rela mengeluarkan banyak uang dan banyak waktu untuk sesuatu yang sebenarnya tidak mereka butuhkan.

Dari hasil analisis ditemukan juga rangkaian fase citra yang dialami oleh mahasiswa KPI berbeda-beda berdasarkan pengalaman yang dimiliki, mereka sudah mencapai fase ketiga di mana simulakra sudah menghilangkan realitas dasar. Mereka menganggap bahwa apa yang harus ditampilkan di akun Instagramnya haruslah sempurna, agar dinilai baik dan bagus oleh *follower*, dengan mengedit foto-foto yang akan di *upload*. Mahasiswa juga terpengaruh oleh model-model yang ada di Instagram, sehingga mereka lupa jati diri yang sebenarnya, kenyataan yang sebenarnya dengan apa yang ditampilkan di Instagram berbeda.

Dunia yang dipenuhi simulasi-simulasi yang membur dengan realitas, sehingga realitas terdistorsi oleh rimbunan simulasi. Kebiasaan bermedia sosial ‘Instagram’ membuat mahasiswa mengharuskan untuk mengkomunikasikan,

memperbincangkan, dan mendiskusikan apapun yang dapat disampaikan. Segala sesuatu (kegiatan kampus, politik, *fashion*, agama bahkan kematian) telah menjadi candu. Sehingga bukan lagi makna dari apa yang disampaikan tapi karena media itulah yang menjadi pesan itu sendiri.

## **B. Saran**

Dari pemaparan yang telah disampaikan, penulis perlu menyampaikan saran terkait menyikapi perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang berkembang secara pesat, dalam penggunaan media kiranya kita perlu mengetahui kebutuhan agar dalam penggunaannya kita tidak terjebak dalam ilusi yang disuguhkan media yang kita gunakan.

Kiranya saran diperlukan juga untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih baik dan melengkapi kekurangan yang ada dalam penelitian ini. Di dalam penelitian ini, penulis menyadari bahwa belum semua pembahasan hiperealitas dalam instagram dikupas secara tajam. Selain itu, untuk membangun wacana keilmuan yang berjalan secara kontinu, penulis perlu memberikan saran kepada peneliti selanjutnya agar dapat mengkaji budaya media dengan metode dan pendekatan yang berbeda dan menghasilkan pengetahuan yang lebih komprehensif.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Anonim. 2016. *Panduan Akademik IAIN Purwokerto 2016-2017*. Purwokerto: LPM IAIN Purwokerto.
- Atmoko, Bambang Dwi. 2012. *Instagram Handbook*. Jakarta: Media Kita.
- Aziz, M. Imam (ed), 2014. *Galaksi Simulacra Esai-esai Jean Baudrillard*. Yogyakarta: LKis.
- Baudrillard, Jean. 1983. *Simulation* "The Precession of Simulacra". Trans by Paul Foss, Paul Patton and Philip Beitchman. USA: Semiotex(e).
- \_\_\_\_\_, 2006. *Ekstasi Komunikasi*. Terj, Jimmy Firdaus. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Emzir. 2011. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodologi Research*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ismail, Ibrahim. 2006. *Syarah Ta'limul Muta'allim*. Al-Haromain Jaya Indonesia.
- Khushendrawati, Selu Margaretha. 2011. *Hiperealitas dan Ruang Publik (Sebuah Analisis Cultural Studies)*. Jakarta: Penaku.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*.
- Lechte, John. 2001. *50 Filsuf Kontemporer*. Yogyakarta: Kanisius.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2016. *Postmodernisme Teori dan Metode*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Moleong, Lexy J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Musta'in, 2014. *Komunikasi Sufistik: Analisis Heurmenetik Teks Dakwah K.H. Musta'in Ramly*. Yogyakarta: Maghza Pustaka.
- Nasution. 2014. *Metode Research Penelitian Ilmiah*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Piliang, Yasraf Amir. 1999. *Sebuah Dunia yang Dilipat: Realitas Kebudayaan Menjelang Milenium Ketiga dan Matinya Posmodernisme*. Bandung: Mizan.
- \_\_\_\_\_, 2001. *Sebuah Dunia yang Menakutkan*. Bandung: Mizan.
- \_\_\_\_\_, 2003. *Hipersemiotika: Tafsir Cultural Studies Atas Matinya Makna*. Yogyakarta: Jalasutra.
- \_\_\_\_\_, 2003. *Transpolitika: Dinamika Politik di dalam Dunia Virtualitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- \_\_\_\_\_, 2004. *Dunia yang Dilipat (Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan)*. Yogyakarta: Jalasutra.
- \_\_\_\_\_, 2015. *Post Realitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Post-Metafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Rahmat, Jalaludin. 2001 *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ritzer, George. 2005. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- \_\_\_\_\_, 2014. *Teori Sosial Posmodern*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metodologi Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan Konsumsi di era masyarakat post-modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Tanzeh, Ahmad. 2009. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras.
- Usman, Husaini dan Purnomo Setiady Akbar. 2006. *Metode Penelitian Sosial* Jakarta: Bumi Aksara.
- Wood, Julia T. 2009. *Communication In Our Lives*. Sixth Edition. Boston: Wadsworth Publishing.

## B. Skripsi

- Arum, Restu Puji. 2015. *Konsep Ruang Semu Facebook Ditinjau dari Teori Ekstasi Komunikasi Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Aprilia, Nabila. 2015. *Instagam Sebagai Ajang Eksistensi Diri (Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas)*. Bandung: Unpas.
- Virgianti, Anggi. 2011. *Simulakra Dalam Globalisasi Sebagai Katalisator Lahirnya Otaku*. Jakarta: Universitas Indonesia.

## C. Jurnal

- Aldiano, Arjuna Putra. *E-Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan*. "Simulakra Dalam Game Edukasi Sebagai Pembelajaran", Vol. V Nomor 8 Tahun 2016.
- Astuti, Yanti Dwi. *Jurnal Komunikasi PROFETIK*. "Dari Simulasi Realitas Sosial Hingga Hiper-realitas Visual: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace". Vol. 08/No.02/Oktober 2015.
- Azwar, M. *Jurnal Ilmu Perpustakaan & Kearsipan. 40 Khizanah Al-Hikmah*. "Teori Simulakrum Jean Baudrillard dan Upaya Pustakawan Mengidentifikasi Informasi Realitas". Vol.2 No. 1 2014.
- Demartoto, Argyo. *Jurnal Sosiologi DILEMA*. "Membedah Gagasan Post Modernisme Baudrillard: Realitas Semu". Volume 21. Nomor. 2. 2009.
- Fitria, Herlinda. *Jurnal Informasi Kajian Ilmu Komunikasi* "Hiperrealitas dalam Sosial Media (Studi Kasus: Makan Cantik di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan)". Volume 45. Nomor. 2. Desember 2015.
- Martadi. *Nirmana*. Hiper-realitas Visual. Vol. 5. No. 1. Januari 2003.
- Piliang, Yasraf Amir. *Jurnal Mediator*. "Posmodernisme dan Ekstasi Komunikasi". Vol. 2 No. 2. 2001.
- Ritara, Vedrix Zan dan Diah Agung Esfandari, *e-Proceeding of Management*. "Proses Simulacra Yang Dialami Penggemar Harry Potter (Studi Deskriptif Pada Anggota Komunitas Indo Harry Potter)". Vol.4, No.1 April 2017.

#### D. Daftar Laman

<https://bisnis.tempo.co/read/894605/45-juta-pengguna-instagram-indonesia-pasar-terbesar-di-asia> diakses pada tanggal 13 november 2017 pukul; pada 13 Juni 2018 pukul; 22:14 WIB.21:44.

<https://ekonomi.kompas.com/read/2018/02/19/161115126/tahun-2017-pengguna-internet-di-indonesia-mencapai-14326-juta-orang> diakses 19 Februari 2018.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial), diakses 13 Januari 2017 pukul 11.33.

<http://Liputan6.com.html> diakses pada 6 September 2017.

**Error! Hyperlink reference not valid..** diakses pada diakses pada 23 Mei 2018, pukul 15.43. WIB.

Katsir, Isma'il., *Tafsir Ibnu Katsir*, (Copyright by Androidkit 2016)

Siahaan, Edison dan Aditya, *Jamane Jaman Edan*, **Error! Hyperlink reference not valid.**, 2011, diakses 5 Desember 2017

IAIN PURWOKERTO