

Realitas Sosial di Media sosial: Sebuah Kajian Fenomenologis

Khusnul Hanafi & Raja Widya Novchi
Universitas Muhammadiyah Riau
khusnulhanafi@umri.ac.id

Abstrak

Dunia semakin hari semakin canggih, seluruh teknologinya berkembang dengan pesat. Semua orang juga semakin hari semakin mahir dalam menggunakan teknologi tersebut. Zaman sekarang teknologi canggih sudah ada dimana-mana. Hampir setiap manusia pada zaman ini memiliki telepon pintar. Dengan hadirnya telepon pintar, berbagai jenis media sosial mulai menghiasi peradaban manusia. Dalam penelitian ini, peneliti mengkaji pembangunan realitas sosial dibangun didalam media sosial. Penelitian ini menggunakan sebuah kajian Fenomenologis berdasarkan dari berbagai informasi yang diperoleh dari berbagai sumber, baik melalui observasi langsung dilapangan hingga kepada proses wawancara yang dijalankan dengan berbagai responden. Hasil penelitian menunjukkan adanya sebuah konstruksi-konstruksi tertentu yang dibangun oleh para pengguna media sosial. konstruksi-konstruksi yang dibangun didalam media sosial melahirkan realitas-realitas sosial yang tidak sesuai dengan fakta dan realitas yang ada di tengah-tengah masyarakat. Dari beberapa responden yang di wawancarai juga diperoleh bahwa kehidupan di media sosial sengaja dibangun tidak sesuai dengan realitas kehidupan yang ada, hal ini dikarenakan didalam media sosial orang lebih suka mempublikasikan sesuatu-sesuatu yang dianggap memberikan nilai sosial yang tinggi. Dengan demikian, maka orang-orang yang menggunakan media sosial selalu menonjolkan hal-hal yang memberikan nilai baru dikehidupannya, meskipun ada juga beberapa responden yang menyatakan bahwa mereka menggunakan media sosial di sesuaikan dengan realitas sosial yang di alaminya di kehidupan sosial masyarakat.

1. Pendahuluan

Tahun demi tahun, perkembangan dan penggunaan Internet di dunia saat ini semakin meningkat secara global. Hal ini tidak terlepas dari akses internet yang semakin mudah diakses dan meluas di daerah terpencil serta biaya akses yang semakin murah. Salah satu dampaknya adalah meningkatnya penggunaan media sosial yang semakin hari semakin banyak digunakan orang (Chung et al., 2019).

Media sosial merupakan bagian dari media komunikasi. Dalam bukunya tahun 2011, *Social Media 101 Strategies and Tips for Growing Your Business Online*, Chris Brogan mendefinisikan media sosial sebagai seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis kolaborasi yang sebelumnya tidak tersedia untuk interaksi orang kebanyakan (Barreda-Ángeles & Hartmann, 2022). Dibandingkan dengan media tradisional seperti surat kabar, majalah, radio dan televisi, interaksi yang terjadi sangat terbatas sehingga sulit untuk melibatkan mereka secara memadai (Rozgonjuk & Elhai, 2021).

Efek positif yang terjadi tentunya dimana penyebaran informasi dan umpan balik yang didapat lebih cepat diterima (Moorlock et al., 2023). Namun, dampak negatif juga perlu diwaspadai, karena informasi yang diterima bisa saja negatif. Hal ini harus diwaspadai karena berpotensi menurunkan kredibilitas lembaga (Antoci et al., 2019). Hal lain yang harus diwaspadai adalah penyebaran berita bohong (hoax), hal ini dapat ditanggulangi dengan menyebarkan informasi yang positif dan selalu kritis dalam menerima informasi, harus selalu dicek sumber dan asal usul informasi yang diterima serta keasliannya. Pesatnya perkembangan media sosial saat ini seharusnya dapat dijadikan peluang bagi unit-unit organisasi, sebagai sarana penyampaian informasi secara lebih cepat dan interaktif (Allcott et al., 2020). Selain itu, dengan diterimanya umpan balik, perkembangan informasi yang terjadi akan lebih dinamis dan saran serta kritik yang diperoleh akan lebih mudah diterima (Boer et al., 2020).

Munculnya media sosial adalah bagian dari perkembangan teknologi sebagai sisi mata pisau. Di satu sisi memberikan manfaat positif dan di sisi lain juga memberikan efek negatif. Berdasarkan hasil penelitian masyarakat nyata sosial, mengubah fungsi menjadi realitas virtual, semuanya ada di sana (*Social Media Charity Campaigns and Pro-Social Behaviour. Evidence from the Ice Bucket Challenge - ScienceDirect*, n.d.). Kegiatan kemasyarakatan khususnya bagi masyarakat digital program sangat sering dilakukan (Boer et al., 2020). Kehidupan nyata kini telah beralih ke ruang virtual. Ruang virtual, khususnya media sosial. Memudahkan siswa untuk mencari informasi bahkan tanpa harus

berinteraksi membatasi (Fazio et al., 2023). Proses interaksi sosial telah menjelma menjadi interaksi yang berlangsung dalam ruang virtual. Fenomena ini menjadi budaya baru di masyarakat (Van Den Eijnden et al., 2016).

Media sosial yang semakin berkembang juga menjadikan masyarakat Indonesia terkena dampaknya. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya para pengguna media sosial di Indonesia. Penggunaan atau pemanfaatan media sosial ini dikarenakan keunggulan dari situs atau aplikasi jejaring sosial ini adalah desainnya yang multiplatform yaitu dapat diakses dan terhubung di berbagai perangkat digital (Cetinkaya, 2019).

Di Indonesia sendiri terdapat sekitar 80 juta penduduk Indonesia yang memanfaatkan teknologi internet dan mereka rata-rata merupakan pelanggan internet mobile melalui smartphone. Sebagian besar pengguna internet mobile tersebut hanya menggunakan fungsi internet untuk chatting dan mengakses situs-situs jejaring sosial, bukan mengakses data baik mengunduh atau mengunggah informasi penting di internet. Menurut penelitian yang dilakukan We Are Social, media asal Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite pada tahun 2018, dari total populasi Indonesia sebanyak 265,4 juta jiwa yang aktif menggunakan media sosial mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen (Data Indonesia, 2022).

2. Kajian Literatur

Definisi realitas sosial adalah kenyataan yang terjadi dalam masyarakat berkaitan dengan kestabilan dalam keadaan normal atau tidak normalnya pola hubungan masyarakat. Dalam ilmu sosiologi, arti realitas sosial adalah hal yang dianggap nyata dalam kehidupan sosial yang merupakan hasil konstruksi sosial, yang menjadi dasar kenyataan dalam kehidupan sosial masyarakat yang saling melakukan kontak atau komunikasi sosial (Zakaria, 2018). Realitas sosial dianggap sebagai suatu yang dikonstruksikan secara sosial, yaitu hal yang muncul dari pikiran manusia dan berkembang menjadi kenyataan melalui kebiasaan, kesepakatan dan interaksi ditengah keluarga, masyarakat, negara dan lain sebagainya (Rahawarin, 2022).

Realitas Sosial memiliki 4 (empat) macam bentuk, berikut ini adalah 3 bentuk realitas sosial dan penjelasannya, antara lain seperti: Realitas sosial objektif, yaitu gejala sosial yang terdapat dalam kehidupan sehari-hari dan sering dihadapi oleh individu sebagai fakta. Realitas sosial simbolik, yaitu bentuk simbolik. Realitas sosial objektif, yang umumnya diketahui masyarakat dalam bentuk karya seni, fiksi juga isi media (Mahmuda, 2017). Realitas sosial subjektif, yaitu jenis realitas sosial yang terbentuk pada diri

masyarakat yang berasal dari realitas sosial objektif dan simbolik (Kamelia & Nusa, 2018).

Studi teori sosiologi dan tokohnya yang bisa menggambarkan tentang realitas ini bisanya menggunakan kajian yang dikenalkan Peter L. Berger dan Thomas Luckmann tentang konstruksi realitas sosial dengan sumber utama buku kartanya dengan judul *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Astuti, 2015).

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (Leijse et al., 2023). Jika media tradisional menggunakan media cetak (koran, majalah, buletin, dll) dan media broadcast (radio, televisi), maka media sosial menggunakan internet (Mukhopadhyay et al., 2022). Pada perannya saat ini, media sosial telah membangun sebuah kekuatan besar dalam membentuk pola perilaku dan berbagai bidang dalam kehidupan masyarakat. hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar (Demetrovics et al., 2008).

Ada dua kondisi yang menggambarkan bagaimana keberadaan individu dan konsekuensinya dalam berinteraksi di internet, yaitu (1) untuk melakukan koneksitas di cyberspace setiap orang harus melakukan log in atau melakukan prosedur tertentu—seperti menulis username dan password untuk membuka akses ke e-mail, situs jaringan sosial, atau laman web lainnya (Guichet et al., 2022). Ketika prosedur tersebut dilalui, maka individu akan mendapatkan semacam *their own individualised place* di mana setiap individu mendapatkan laman khusus yang hanya bisa diakses oleh individu tersebut saja atau yang biasa disebut dengan istilah akun (*account*); (Li & Cesar, 2023) (2) memasuki dunia virtual kadangkala juga melibatkan keterbukaan dalam identitas diri sekaligus juga mengarahkan bagaimana individu tersebut mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual (Davies et al., 2017).

3. Metode penelitian

Penelitian ini dijalankan dengan menggunakan metode kualitatif. Pendekatan penelitian kualitatif memandang bahwa seorang individu dan duanianya saling terkait (Subandi, 2011). Realitas sosial adalah sesuatu yang unik, mereka berpandangan bahwa peneliti hanya dapat memahami perilaku manusia dengan terjun langsung dalam situasi mereka (Ayu & Budiasih, 2014). Jenis penelitian yang digunakan yaitu jenis penelitian fenomenologis.

Fenomenologi bisa diartikan sebagai studi tentang pengalaman hidup seseorang atau

metode untuk mempelajari bagaimana individu secara subjektif merasakan pengalaman dan memberikan makna dari fenomena tersebut (Indriani & Fauziah, 2017). Berdasarkan penjelasannya, paradigma fenomenologi juga erat kaitannya dengan studi kesadaran (study of consciousness). Beberapa metode bisa diterapkan dalam melakukan studi pengalaman sadar adalah dengan mendeskripsikannya atau menginterpretasikannya untuk dihubungkan kepada konteks yang relevan. Dalam konsepsi Husserl, fenomenologi berpusat pada refleksi sistematis dan studi struktur kesadaran dan fenomena yang tampak pada pikiran (Amini & Desiningrum, 2016). Fenomenologi berbeda dari konsep analisis Cartesian yang memandang realitas sebagai set atas objek yang bertautan dan bertalian antar satu dengan lainnya (Fauziyah, 2013).

4. Hasil Penelitian

Perkembangan media sosial yang beragam bagaikan sistem kapitalisasi yang membuat candu dan aplikasi berlomba-lomba dalam memberikan fitur terbaiknya agar masyarakat terus menggunakan aplikasi media sosial tersebut. Banyaknya pemberitaan dan informasi yang tersebar dalam media sosial membuat dunia internet yang selama ini dikatakan hanya sebatas 'maya' kini telah berevolusi menjadi sebuah dunia yang nyata di tangan jejaring sosial. Ketika media sosial memiliki sejuta manfaat bagi masyarakat, namun di sisi lain menyisakan dilematisasi ketika dihadapkan pada kondisi dan situasi yang sulit membedakan mana yang nyata dan mana yang bisa dinikmati secara virtual. Bom informasi di media sosial rupanya menampakkan situasi dimana masyarakat seolah dibombardir dengan berbagai informasi dan tayangan yang terus berganti dan berkembang.

Dunia hiperealitas sesungguhnya adalah dunia perekayasaan, dalam pengertian dunia yang mengalami distorsi realitas melalui hyper sign. Kesatuan yang tak terpisahkan antara yang asli dan palsu inilah yang disebut Baudrillard sebagai simulakra, sebuah dunia yang terbangun dari silang sengkabut nilai, fakta, tanda, citra, dan kode.

Dalam dunia simulasi, apa yang menjadi dasar realitas justru sering kali adalah citra yang menutupi dan menyelewengkan realitas. Masyarakat di era postmodern semakin tersimulasi dan tertipu dalam citra fiktif dan wacana semu yang secara cepat dan keras menggantikan pengalaman manusia atas realitas itu sendiri. Asumsi penulis menyebutkan bahwasanya masyarakat lebih memilih memoles citra yang diperolehnya melalui filter dalam fitur media sosial yang tampak oleh indera.

Realitas yang dihasilkan dalam fitur media sosial baru ini telah mengalahkan realitas

yang sesungguhnya dan menjadi model acuan yang baru bagi masyarakat. Postmodernisme sebagai suatu tren masa kini dan awal dari suatu era baru yang dibawa oleh maraknya perkembangan media sosial, komunikasi bermediasi, konsumsi yang sifatnya simbolis, dan semakin mampatnya ruang dan waktu. Peran media sosial yang makin signifikan, menurut Baudrillard melahirkan referensialitas diri pada tanda-tanda yang menjadi semakin intensif oleh konsumsi tanda-tanda, dan muncul keteraturan tatanan sosial yang didasarkan pada konsumsi simbolis terhadap media sosial. Di era postmodernisme, orang umumnya makin sulit membedakan mana realitas sosial yang nampak visualnya secara alami, mana realitas sebatas semu, dan mana pula realitas sosial yang melampaui batas dirinya sendiri akibat kemajuan teknologi informasi, salah satunya media sosial.

Baudrillard menggambarkan kehidupan post-modernisme ini sebagai hiperealitas. Ketika media berhenti menjadi cerminan realitas, akan tetapi justru menjadi realitas atau bahkan lebih nyata dari realitas itu sendiri. Di dalam dunia hiperealitas semuanya tidak dapat dibedakan lagi, kabur ataupun dalam kondisi turbulensi. Semuanya bercampur dan tumpang tindih di dalam sebuah jagat ketidakpastian arah dan kegalauan makna.

5. Kesimpulan

Perkembangan media sosial yang signifikan memberikan perubahan yang sangat besar. segala bentuk realitas sosial yang dibangun didalam kehidupan sosial masyarakat, senanriasa bisa dirubah dan dimanifulatif di kehidupan media sosial. Media sosial memberikan penggunanya hak penuh untuk dapat membangun realitas baru. Realitas-realitas soaial yang dibangun di media sosial seakan memberikan gambaran baru terhadap diri seseorang. Realitas yang dihasilkan dalam fungsi media sosial baru ini mengatasi realitas yang sebenarnya dan menjadi model referensi baru masyarakat. Akibatnya, orang termakan oleh gambar karena lebih meyakinkan daripada fakta. Oleh karena itu, dalam masyarakat, simulasi yang dihasilkan bukanlah hal yang nyata, melainkan citra yang dikonstruksi dengan berbagai cara.

DAFTAR PUSTAKA

- Allcott, H., Braghieri, L., Eichmeyer, S., & Gentzkow, M. (2020). The welfare effects of social media†. *American Economic Review*, *110*(3), 629–676.
<https://doi.org/10.1257/AER.20190658>
- Amini, D. S., & Desiningrum, D. R. (2016). (*Studi Kualitatif Fenomenologi dengan Pendekatan Interpretative Phenomenological Analysis*) *Phenomenological Analysis (IPA)*. *Peneliti menggunakan pendekatan ini dikarenakan peneliti*. *5*(4), 831–836.
- Antoci, A., Bonelli, L., Paglieri, F., Reggiani, T., & Sabatini, F. (2019). Civility and trust in social media. *Journal of Economic Behavior and Organization*, *160*, 83–99.
<https://doi.org/10.1016/j.jebo.2019.02.026>
- Astuti, Y. D. (2015). DARI SIMULASI REALITAS SOSIAL HINGGA HIPER-REALITAS VISUAL: Tinjauan Komunikasi Virtual Melalui Sosial Media di Cyberspace. *Profetik*, *8*(2), 15–26.
- Ayu, I. G., & Budiasih, N. (2014). Metode Grounded Theory Dalam. *Business*, *09*, 61–68.
- Barreda-Ángeles, M., & Hartmann, T. (2022). Psychological benefits of using social virtual reality platforms during the covid-19 pandemic: The role of social and spatial presence. *Computers in Human Behavior*, *127*, 107047.
<https://doi.org/10.1016/J.CHB.2021.107047>
- Boer, M., van den Eijnden, R. J. J. M., Boniel-Nissim, M., Wong, S. L., Inchley, J. C., Badura, P., Craig, W. M., Gobina, I., Kleszczewska, D., Klanšček, H. J., & Stevens, G. W. J. M. (2020). Adolescents' Intense and Problematic Social Media Use and Their Well-Being in 29 Countries. *Journal of Adolescent Health*, *66*(6), S89–S99.
<https://doi.org/10.1016/J.JADOHEALTH.2020.02.014>
- Cetinkaya, L. (2019). The relationship between perceived parental control and internet addiction: A cross-sectional study among adolescents. *Contemporary Educational Technology*, *10*(1), 55–74. <https://doi.org/10.30935/CET.512531>
- Chung, S., Lee, J., & Lee, H. K. (2019). Personal factors, internet characteristics, and environmental factors contributing to adolescent internet addiction: A public health perspective. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *16*(23). <https://doi.org/10.3390/IJERPH16234635>
- Davies, L. E. M., Kuipers, M. A. G., Junger, M., & Kunst, A. E. (2017). The role of self-control and cognitive functioning in educational inequalities in adolescent smoking and binge drinking. *BMC Public Health*, *17*(1). <https://doi.org/10.1186/S12889-017-4753-2>
- Demetrovics, Z., Szeredi, B., & Rózsa, S. (2008). The three-factor model of Internet

- addiction: The development of the Problematic Internet Use Questionnaire. *Behavior Research Methods*, 40(2), 563–574. <https://doi.org/10.3758/BRM.40.2.563>
- Fauziyah, B. (2013). ANALISIS KUALITATIF FENILALANIN SECARA CHROMATOGRAPHY KERTAS DAN CHROMATOGRAPHY LAPIS TIPIS (Studi Awal Pengembangan Metode Deteksi Penyakit Phenylketonuria). *Sainstis*, 10–18. <https://doi.org/10.18860/sains.v0i0.2309>
- Fazio, A., Reggiani, T., & Scervini, F. (2023). Social media charity campaigns and pro-social behaviour. Evidence from the Ice Bucket Challenge. *Journal of Economic Psychology*, 96, 102624. <https://doi.org/10.1016/J.JOEP.2023.102624>
- Guichet, P. L., Huang, J., Zhan, C., Millet, A., Kulkarni, K., Chhor, C., Mercado, C., & Fefferman, N. (2022). Incorporation of a Social Virtual Reality Platform into the Residency Recruitment Season. *Academic Radiology*, 29(6), 935–942. <https://doi.org/10.1016/J.ACRA.2021.05.024>
- Indriani, S. D., & Fauziah, N. (2017). KARENA HIDUP HARUS TERUS BERJALAN (Sebuah Studi Fenomenologi Kehidupan Orang dengan HIV/AIDS). *Jurnal EMPATI*, 6(1), 385–395. <https://doi.org/10.14710/empati.2017.15163>
- Kamelia, F., & Nusa, L. (2018). Bingkai Media Online Coverage of Indonesia ' s Debt in an Online. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 10–16. <https://doi.org/10.21070/kanal.v>
- Leijse, M. M. L., Koning, I. M., & van den Eijnden, R. J. J. M. (2023). The influence of parents and peers on adolescents' problematic social media use revealed. *Computers in Human Behavior*, 143, 107705. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2023.107705>
- Li, J., & Cesar, P. (2023). Social virtual reality (VR) applications and user experiences. *Immersive Video Technologies*, 609–648. <https://doi.org/10.1016/B978-0-32-391755-1.00028-6>
- Mahmuda, M. (2017). Realitas Sosial Anak Yatim Di Kota Padang Dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat. *Al-Balagh : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1), 63–86. <https://doi.org/10.22515/balagh.v2i1.688>
- Moorlock, E., Dekel-Dachs, O., Stokes, P., & Larsen, G. (2023). Constructing Consumer-Masstige brand relationships in a volatile social reality. *Journal of Business Research*, 155, 113381. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2022.113381>
- Mukhopadhyay, A., Reddy, G. S. R., Saluja, K. P. S., Ghosh, S., Peña-Rios, A., Gopal, G., & Biswas, P. (2022). Virtual-reality-based digital twin of office spaces with social distance measurement feature. *Virtual Reality & Intelligent Hardware*, 4(1), 55–75. <https://doi.org/10.1016/J.VRIH.2022.01.004>

- Rahawarin, R. (2022). Realitas Sosial dalam Ruang Virtual Media Sosial (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Pattimura Ambon). *Global Communication for All*, 1(1), 24–29.
- Rozgonjuk, D., & Elhai, J. D. (2021). Emotion regulation in relation to smartphone use: Process smartphone use mediates the association between expressive suppression and problematic smartphone use. *Current Psychology*, 40(7), 3246–3255.
<https://doi.org/10.1007/S12144-019-00271-4>
- Social media charity campaigns and pro-social behaviour. Evidence from the Ice Bucket Challenge - ScienceDirect*. (n.d.). Retrieved April 7, 2023, from
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167487023000259>
- Subandi. (2011). Qualitative Description as one Method in Performing Arts Study. *Harmonia*, 19, 173–179.
- Van Den Eijnden, R. J. J. M., Lemmens, J. S., & Valkenburg, P. M. (2016). The Social Media Disorder Scale: Validity and psychometric properties. *Computers in Human Behavior*, 61, 478–487. <https://doi.org/10.1016/J.CHB.2016.03.038>
- Zakaria, M. (2018). Pendidikan dan Realitas Sosial (Analisis Struktur Konflik). *EL-HIKMAH: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Islam*, 12(2), 105–121.
<https://doi.org/10.20414/elhikmah.v12i2.243>