

Politik Simulacra dalam Ekstasi Media Sosial di Indonesia

Novi Indah Sari

Himpunan Mahasiswa Islam Komisariat Adab & Humaniora Cabang Gowa Raya, Indonesia
email: novindahsari23@gmail.com

Abstrak: Perkembangan media sosial dalam era digital telah melahirkan ruang baru bagi produksi dan reproduksi realitas sosial-politik yang bersifat artifisial. Fenomena ini dapat dijelaskan melalui konsep simulacra Jean Baudrillard, yaitu kondisi ketika representasi tidak lagi merujuk pada realitas, melainkan menciptakan realitas baru yang dianggap lebih nyata daripada kenyataan itu sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana politik simulacra bekerja dalam ekosistem media sosial di Indonesia, khususnya dalam membentuk persepsi publik, konstruksi citra politik, serta dinamika opini publik di ruang digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (library research). Data dikumpulkan dari artikel ilmiah, buku, dan sumber akademik yang relevan dengan teori simulacra, hiperrealitas, dan politik digital. Analisis dilakukan dengan teknik deskriptif-analitis melalui penafsiran konsep Baudrillard terhadap fenomena politik media sosial di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang hiperrealitas politik, di mana batas antara fakta dan representasi menjadi kabur. Praktik seperti penggunaan buzzer, kampanye digital, politik citra, serta produksi narasi viral menciptakan realitas politik yang dikonstruksi secara simbolik. Dalam kondisi ini, publik tidak hanya mengonsumsi informasi politik, tetapi juga terlibat dalam reproduksi simulasi yang memperkuat ilusi realitas politik itu sendiri. Kesimpulannya, politik simulacra di media sosial Indonesia menunjukkan bahwa kekuasaan tidak lagi hanya bekerja melalui institusi formal, tetapi juga melalui manipulasi tanda, citra, dan narasi digital yang membentuk persepsi publik secara masif.

Kata Kunci: Simulacra, Hiperrealitas, Politik Digital, Media Sosial, Baudrillard.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dalam dua dekade terakhir telah membawa perubahan signifikan terhadap cara masyarakat memproduksi, mengonsumsi, dan memahami informasi. Media sosial tidak lagi sekadar menjadi ruang komunikasi, tetapi telah berkembang menjadi arena politik yang kompleks, di mana realitas sosial sering kali dikonstruksi melalui representasi visual, narasi, dan simbol yang bersifat manipulatif. Dalam konteks ini, batas antara fakta dan rekayasa menjadi semakin kabur, terutama dalam praktik komunikasi politik modern.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif simulacra yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Ia menjelaskan bahwa dalam masyarakat postmodern, tanda dan representasi tidak lagi merujuk pada realitas asli, melainkan menciptakan realitas baru yang disebut sebagai hiperrealitas (Baudrillard, 1994). Dalam kondisi hiperrealitas, masyarakat tidak lagi berhadapan langsung dengan kenyataan, tetapi dengan citra yang dianggap lebih nyata daripada realitas itu sendiri.

Di Indonesia, perkembangan media sosial telah memperkuat fenomena ini, khususnya dalam konteks politik. Penggunaan strategi komunikasi digital seperti buzzer, kampanye berbasis algoritma, serta produksi konten viral telah mengubah cara aktor politik membangun citra dan memperoleh dukungan publik. Politik tidak lagi hanya berlangsung di ruang institusional formal, tetapi juga di ruang digital yang sangat dipengaruhi oleh persepsi, emosi, dan opini publik yang dibentuk secara cepat dan masif (Lim, 2017).

Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi ruang produksi “realitas politik baru” yang tidak selalu mencerminkan keadaan sebenarnya. Simulasi realitas tersebut sering kali lebih dominan dibandingkan fakta objektif, sehingga masyarakat terjebak dalam konsumsi informasi yang bersifat hiperreal. Akibatnya, politik tidak hanya menjadi arena kompetisi kekuasaan, tetapi juga arena pertarungan tanda dan simbol yang terus direproduksi secara digital.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana politik simulacra bekerja dalam ekosistem media sosial di Indonesia serta bagaimana fenomena tersebut memengaruhi konstruksi realitas politik di ruang publik digital.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi pustaka (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam fenomena politik simulacra dalam ruang media sosial yang bersifat simbolik, konstruktif, dan tidak dapat diukur secara kuantitatif. Dalam konteks kajian komunikasi dan media, pendekatan ini dianggap relevan untuk menafsirkan makna di balik representasi realitas yang dibangun melalui tanda dan citra digital (Creswell & Creswell, 2018).

Sumber data dalam penelitian ini berasal dari berbagai literatur ilmiah, seperti buku teori media dan komunikasi, artikel jurnal nasional maupun internasional, serta karya akademik yang membahas konsep simulacra,

hiperrealitas, dan politik digital. Landasan teoritis utama penelitian ini merujuk pada pemikiran Jean Baudrillard mengenai simulacra dan hiperrealitas, serta kajian media baru dalam politik kontemporer (Baudrillard, 1994; Manovich, 2001).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui dokumentasi, yaitu dengan menelusuri, membaca, mencatat, dan mengklasifikasikan sumber-sumber tertulis yang relevan dengan fokus penelitian. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif-analitis dengan cara menginterpretasikan konsep teoritis dan mengaitkannya dengan fenomena politik di media sosial Indonesia (Miles et al., 2014).

Proses analisis dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian, penyajian data dilakukan secara sistematis berdasarkan tema utama seperti simulacra, hiperrealitas, dan politik digital, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan untuk menjelaskan hubungan antara teori dan realitas empiris dalam konteks media sosial.

Dengan demikian, metode ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai bagaimana politik simulacra bekerja dalam membentuk realitas politik di era digital Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Politik Simulacra di Indonesia

Konsep simulacra yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard (1981) memberikan kerangka teoritis

untuk memahami bagaimana realitas dalam masyarakat kontemporer tidak lagi sepenuhnya merepresentasikan kenyataan, melainkan telah bergeser menjadi konstruksi simbolik yang bersifat semu. Dalam pandangan Baudrillard, masyarakat modern hidup dalam ruang hiperrealitas, yakni kondisi ketika batas antara realitas dan representasi menjadi kabur akibat dominasi media, citra, dan tanda (Baudrillard, 1981).

Dalam konteks Indonesia, fenomena politik menunjukkan kecenderungan yang semakin kuat ke arah politik citra (image politics), di mana realitas politik tidak hanya diproduksi melalui kebijakan atau tindakan nyata, tetapi juga melalui konstruksi simbolik yang dikemas oleh media massa dan media digital. Politik tidak lagi hanya menjadi arena perjuangan ide dan kepentingan, tetapi juga menjadi ruang produksi citra yang dikonsumsi publik secara terus-menerus.

Sebagaimana dijelaskan oleh Nasrullah (2015), media sosial memperkuat kondisi simulasi ini karena memungkinkan terputusnya hubungan antara tanda dan realitas. Informasi politik yang tersebar tidak selalu merepresentasikan fakta objektif, tetapi sering kali merupakan hasil rekayasa framing, propaganda, dan strategi pencitraan aktor politik.

Dalam situasi ini, masyarakat berada dalam kondisi yang sulit membedakan antara realitas politik yang sesungguhnya dan realitas yang dikonstruksi. Fenomena ini sejalan dengan konsep Baudrillard tentang "copy of copy without original", yakni kondisi ketika representasi tidak lagi merujuk pada realitas awal, melainkan

menjadi realitas baru itu sendiri (Baudrillard, 1981).

Simulasi, Simulacra, dan Hiperrealitas dalam Media Sosial

Baudrillard (1981) menjelaskan tiga tahap transformasi realitas, yaitu simulasi, simulacra, dan hiperrealitas. Simulasi masih memiliki referensi terhadap realitas, sedangkan simulacra telah kehilangan hubungan dengan realitas asli. Sementara itu, hiperrealitas merupakan kondisi ketika simulasi dianggap lebih nyata daripada realitas itu sendiri.

Dalam konteks media sosial, fenomena hiperrealitas terlihat jelas dalam praktik pembentukan identitas digital. Pengguna media sosial tidak hanya merepresentasikan diri, tetapi juga menciptakan versi ideal dari dirinya yang sering kali tidak sesuai dengan kondisi nyata. Hal ini sejalan dengan pandangan Nasrullah (2015) bahwa media sosial menciptakan ruang di mana identitas menjadi cair dan dapat direayasa sesuai keinginan pengguna.

Fitur seperti like, follow, dan share memperkuat mekanisme simulasi sosial, di mana validasi sosial menjadi ukuran eksistensi individu. Dalam kondisi ini, citra diri menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh publik, sehingga membentuk budaya pencitraan yang terus direproduksi.

Lebih jauh, hiperrealitas dalam media sosial juga menciptakan ilusi kebahagiaan dan kesempurnaan sosial. Konten yang ditampilkan sering kali merupakan hasil kurasi dan rekayasa visual, bukan representasi kehidupan yang sebenarnya. Akibatnya, pengguna lain dapat mengalami distorsi persepsi sosial yang berujung pada perbandingan

sosial negatif, kecemasan, hingga alienasi digital.

Ekstasi Media Sosial dan Budaya Ketergantungan Digital

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan media sosial. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2020) menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet mengakses media sosial melalui perangkat mobile, yang memungkinkan konektivitas tanpa batas ruang dan waktu.

Kemudahan akses ini menciptakan kondisi yang disebut sebagai digital dependency, yaitu ketergantungan individu terhadap media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang utama interaksi sosial, hiburan, bahkan pembentukan identitas.

We Are Social (2019) mencatat bahwa lebih dari 150 juta pengguna di Indonesia aktif menggunakan media sosial. Angka ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern.

Namun demikian, intensitas penggunaan yang tinggi juga memunculkan berbagai dampak sosial dan psikologis. Pengguna cenderung mengalami perbandingan sosial (social comparison), kecemasan sosial, hingga penurunan interaksi tatap muka. Fenomena ini memperkuat apa yang disebut Baudrillard sebagai ekstasi media, yaitu kondisi ketika individu tenggelam dalam dunia simulasi yang terus-menerus dikonsumsi tanpa refleksi kritis (Baudrillard, 1983).

Selain itu, media sosial juga membuka ruang bagi munculnya cyberbullying, budaya pamer (flexing culture), serta fragmentasi relasi sosial. Dalam konteks ini, media sosial tidak lagi hanya menjadi alat komunikasi, tetapi telah berubah menjadi arena kompetisi simbolik antar individu.

Simulacra dan Krisis Realitas Sosial

Dalam perkembangan lebih lanjut, simulacra tidak hanya memengaruhi politik dan identitas digital, tetapi juga membentuk krisis realitas sosial. Masyarakat mulai mengalami kesulitan dalam membedakan antara realitas yang autentik dan realitas yang direkayasa.

Baudrillard (1981) menegaskan bahwa dalam masyarakat simulacra, tanda tidak lagi merepresentasikan realitas, melainkan menggantikannya. Kondisi ini menciptakan apa yang disebut sebagai hyperreality, yaitu realitas yang lebih dipercaya daripada realitas itu sendiri.

Dalam konteks Indonesia, fenomena ini terlihat dalam berbagai aspek kehidupan sosial, mulai dari budaya konsumsi, politik identitas, hingga interaksi sosial digital. Media sosial menjadi ruang utama produksi hiperrealitas yang membentuk persepsi publik secara masif.

Kesimpulan

Fenomena politik simulacra dalam konteks media sosial di Indonesia menunjukkan bahwa realitas sosial dan politik semakin banyak dikonstruksi melalui citra, tanda, dan representasi yang tidak selalu merujuk pada kenyataan objektif. Dalam perspektif Baudrillard, kondisi ini menandai pergeseran dari realitas menuju

hiperrealitas, di mana batas antara yang nyata dan yang semu menjadi kabur akibat dominasi media digital.

Media sosial memperkuat proses simulasi tersebut melalui produksi dan konsumsi citra yang terus-menerus, baik dalam ranah politik maupun kehidupan sosial sehari-hari. Praktik pencitraan, personal branding, serta algoritma media sosial telah membentuk ruang interaksi yang cenderung menekankan tampilan daripada substansi.

Di sisi lain, ekstasi media sosial menciptakan ketergantungan digital yang berdampak pada perubahan pola interaksi sosial, meningkatnya perbandingan sosial, serta melemahnya relasi sosial yang bersifat langsung. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang produksi realitas baru yang bersifat semu.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa politik simulacra dan ekstasi media sosial menuntut adanya kesadaran kritis dari masyarakat dalam mengonsumsi informasi digital agar tidak terjebak dalam realitas semu yang dibentuk oleh media.

Daftar Pustaka

- Abidin, C. (2018). *Internet celebrity: Understanding fame online*. Emerald Publishing.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2020). *Laporan survei internet APJII 2019–2020*. APJII.
- Baudrillard, J. (1981). *Simulacra and simulation*. Éditions Galilée.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. Semiotext(e).
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2013). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of*

- contentious politics. Cambridge University Press.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The mediated construction of reality*. Polity Press.
- Fuchs, C. (2014). *Social media: A critical introduction*. Sage Publications.
- Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life*. Anchor Books.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kellner, D. (2003). *Media spectacle*. Routledge.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2009). *New media: A critical introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Manovich, L. (2001). *The language of new media*. MIT Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Poster, M. (1995). *The second media age*. Polity Press.
- We Are Social. (2019). *Digital 2019: Indonesia report*. We Are Social & Hootsuite.