

HIPERREALITAS DIRI KONTEN KREATOR MUSLIMAH DI TIKTOK



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Sosiologi Agama
(S.Sos)

Oleh:

Aditia Warman
NIM. 18105040080

**PROGRAM STUDI SOSIOLOGI AGAMA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2022

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1097/Un.02/DU/PP.00.9/07/2022

Tugas Akhir dengan judul : HIPERREALITAS DIRI KONTEN KREATOR MUSLIMAH DI TIKTOK

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ADITIA WARMAN
Nomor Induk Mahasiswa : 18105040080
Telah diujikan pada : Selasa, 12 Juli 2022
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang/Penguji I
Nur Afni Khafsoh, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 62df5a79d10ee



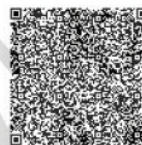
Penguji II
Mahatva Yoga Adi Pradana, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 62de38c59392c



Penguji III
Ratna Istriyani, M.A.
SIGNED

Valid ID: 62ce8274656da



Yogyakarta, 12 Juli 2022
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam

Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A.
SIGNED

Valid ID: 62df6c010463c

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Dosen : Nur Afni Khafsoh, M,Sos.
Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga

NOTA DINAS

Hal : Persetujuan Skripsi

Lamp-

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama: Aditia Warman
NIM: 18105040080
Jurusan/Prodi: Sosiologi Agama
Judul Skripsi: "Hiperrealitas Konten Kreator Muslimah Di TikTok"

Sudah dapat diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Sosiologi Agama pada Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga

Dengan ini saya berharap agar skripsi atau tugas akhir saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Untuk itu saya ucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 4 Juli 2022

Pembimbing



Nur Afni Khafsoh, M.Sos.
NIP. 19911011 201903 2 014

Surat Pernyataan Keaslian

Nama : Aditia Warman
NIM : 18105040080
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Program Studi : Sosiologi Agama
Alamat Rumah : Desa Pasar Terusan RT 10 Kecamatan Muara
Bulian Kabupaten Batanghari Provinsi Jambi
Nomor HP : 082289369418
Alamat di Yogyakarta : Kost Putra jembatan papringan, Jl Tutul,
Nologaten, Caturtunggal, Kabupaten Sleman, DI
Yogyakarta

Menyatakan dengan sungguh-sungguh bahwa

1. Skripsi yang saya ajukan adalah benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri
2. Apabila skripsi yang di munaqosahkan dan diwajibkan revisi maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu dua bulan terhitung dari tanggal munaqosah. Jika ternyata lebih dari dua bulan revisi skripsi belum terselesaikan maka saya bersedia dinyatakan gugur dan bersedia munaqosah kembali.
3. Apabila dikemudian hari ternyata diketahui bukan karya ilmiah saya (plagiasi), maka saya bersedia menanggung sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Yogyakarta, 4 Juli 2022

Yang membuat pernyataan



Aditia Warman

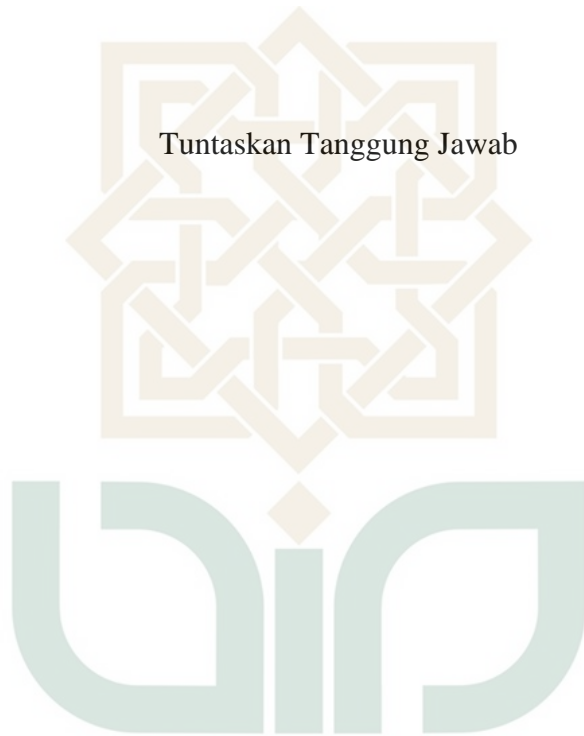
NIM 18105040080

MOTTO

Mulai Aja Dulu, Kesalahan Adalah Progres. Pengalaman Akan Menjadi Guru

Terbaik. Jangan Takut memulai

Tuntaskan Tanggung Jawab



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya yang selalu mendoakan dalam setiap perjuangan, memberikan kasih sayang secara moril dan materil.

Mereka telah menjadi alasan dalam perjuangan ini.

Kepada abang dan adik saya yang mendukung perjalanan dalam menuntut ilmu dan mencari berbagai pengalaman. Dan kepada calon istri dan anak-anakku kelak.

Demi menuju ke jenjang yang lebih serius (LS).



ABSTRAK

Media sosial memunculkan berbagai fenomena seperti mengikuti sebuah tren demi sebuah ketenaran maupun kepopuleran. Tindakan tersebut mengubah makna dalam bermain media sosial. Dengan tujuan tersebut, seseorang bahkan mengubah citra diri demi mewujudkan hasrat diri yaitu popularitas. Dengan menganalisa fenomena tersebut dengan melihat dari sudut pandang hiperrealitas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana perbedaan citra yang ditampilkan dengan citra pada realita riil. Dengan menggunakan konsep hiperrealitas dari Jean Baudrillard akan memudahkan dalam menemukan perbedaan terkait apa yang di tampilkan di media sosial dan realita. Baik itu dengan faktor ingin viral ataupun faktor tertentu lainnya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian jenis kualitatif. Adapun fokus penelitian ini adalah hiperrealitas konten kreator muslimah di TikTok. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun tahapan pengolahan datanya menggunakan analisis reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian adalah media sosial TikTok telah menjadi ruang hiperrealitas itu sendiri dengan memberikan sebuah dunia digital sebagai hiburan bagi penggunanya. Melalui hiburan tersebut banyak para pengguna yang terbuai untuk mencari atensi publik (para pengguna lainnya). hal tersebut menyebabkan terjadinya persaingan antara sesama pengguna sehingga mengabaikan kualitas konten video dan berfokus pada kuantitas konten video. Hal tersebut berdampak pada kecanduan dalam bermain media sosial TikTok yaitu melakukan berbagai tindakan hingga tindakan eskrim demi atensi publik, semakin teralienasi dari kehidupannya, ketidakmampuan mengontrol diri dalam bermain media sosial TikTok, dan keresahan ketika mengalami penurunan dalam jumlah pengikut dan penonton. Secara sadar maupun tidak sadar, para konten kreator akan terus memproduksi konten video demi menciptakan lingkungan yang memberikan manfaat bagi mereka.

Kata kunci: Hiperrealitas, Konten kreator, citra

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin. Segala puji dan puja syukur kami haturkan kepada Allah Swt. karena dengan segala limpahan rahmat, nikmat serta hidayah-Nya peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga tetap terus mengalir deras keharibaan baginda Nabi Muhammad Saw. karena berkat perjuangan beliau saat ini kita semua dapat merasakan manisnya ilmu pengetahuan. Semoga kita semua mendapat syafaatnya kelak di hari kiamat. Aamiin.

Alhamdulillah dengan semua usaha, doa, dan ikhtiar yang di lakukan peneliti, akhirnya karya ilmiah dapat terselesaikan dengan judul "*Hiperrealitas Konten Kreator Muslimah Di TikTok*". skripsi ini merupakan syarat untuk diajukan kepada program studi Sosiologi Agama, Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta guna memperoleh gelar sarjana sosial. Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya banyak lika-liku yang harus dilalui peneliti. Jika tanpa ada bantuan, bimbingan, dorongan semangat, dan kerjasama dari berbagai pihak mungkin skripsi ini tidak akan pernah ada. Maka dari itu sudah selayaknya peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Phil. Al Makin, S.Ag., M.A Selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

2. Dr. Inayah Rohmaniyah, S.Ag., M.Hum., M.A. selaku dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Dr. Rr. Siti Kunia Widiastuti, S.Ag., M.Pd., M.A, selaku ketua Progam Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
4. DR. Munawar Ahmadd, S.S. M.SI selaku dosen penasehat akademik yang memberikan arahan terkait pembelajaran akademik.
5. Nur Afni Khafsoh, M,Sos. Selaku dosen pembimbing skripsi saya. Yang selalu memberikan masukan untuk menyelesaikan karya ilmiah ini.
6. Kepada seluruh dosen Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
7. Staf akademik prodi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang selalu membantu peneliti dalam mengurus administrasi kampus.
8. Kepada ayahanda Firdaus dan ibunda Nurhayati saya ucapkan terima kasih atas dukungan moril, materi, dan do'a yang memberikan kekuatan dalam menyelesaikan skripsi. Terima kasih juga kepada abang Hanapi dan adek tercinta Indah Fitri

telah menjadi bagian dari alasan peneliti untuk terus belajar dan maju.

9. Kepada Ledy Sarmila yang sudah memberikan dukungan moril dan kasih selama ini serta dorongan untuk menuju ke jenjang selanjutnya (Aamiin).
10. Sahabat karib UNEXHAUSTED (Zebe, Ary, Fatur, ifan, Tara, Ziya, Fiya, Fudoh, Valen, Hana, Susi, Fida) yang selalu memberikan support kepada peneliti. Terimakasih telah menjadi sahabat terbaik yang selalu menemani peneliti dalam kondisi apapun.
11. Teman- teman seperjuangan Sosiologi Agama Angkatan 2018 (ABISATYA'18) yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.
12. Teman- teman seperjuangan Lpm Arena yang memberikan pelajaran hidup kepada peneliti.
13. Sahabat- sahabat KKN 105 Mandiri, Kalijaga Muda (aan, ifan, arisyi, mely, fauhan, sopia, anya, fina, yuli, aul, devi) yang sudah membagikan banyak pengalaman dan ilmunya selama masa KKN.
14. Tidak lupa untuk semua pihak yang sudah membantu peneliti untuk menyelesaikan peneliti ini semoga Allah Swt. melindungi kalian semua.

Atas bantuan dan dorongan mereka semua, penyusun mengucapkan semoga Allah swt. senantiasa melimpahkan Keberkahan dan Rahmat-Nya. Tidak ada balasan lain dari penyusun kecuali ucapan terimakasih, *jazakumullahu khairan*. Meski demikian, penyusun menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran konstruktif sangat diharapkan. Akhirnya, semoga skripsi ini menjadi bacaan yang bermanfaat untuk semua orang.

Yogyakarta, 4 Juli 2022

Aditia Warman

NIM: 18105040080



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Kajian Literatur	8
E. Kerangka Teori	11
F. Metode Penelitian	16
1. Jenis Penelitian.....	16
2. Subjek.....	17
3. Sumber Data.....	19
G. Teknik Pengumpulan Data	20
1. Teknik <i>Purposive Sampling</i>	20
2. Teknik Wawancara	21
3. Metode Observasi	21

4. Teknik Dokumentasi	22
H. Teknik Pengumpulan data.....	22
1. Reduksi Data.....	22
2. Penyajian Data	23
3. Penarikan Kesimpulan	23
I. Sistematika Pembahasan.....	23
BAB II GAMBARAN UMUM MEDIA SOSIAL TIKTOK	25
A. Media Sosial TikTok.....	25
1. Fitur TikTok.....	28
2. Konten TikTok.....	32
B. Profil Umum Informan.....	36
BAB III BENTUK-BENTUK HIPERREALITAS KONTEN KREATOR MUSLIMAH DI TIKTOK	40
A. Bentuk- bentuk Hiperrealitas.....	41
1. Imitasi Konten “Viral”	43
2. Mengedukasi Pengikut	52
3. Variasi Konten.....	54
BAB IV TERBENTUKNYA HIPERREALITAS	60
1. Citra Yang Ditampilkan.....	61
2. Proses Pembentukan Hiperrealitas.....	64
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	86
DOKUMENTASI.....	89
DAFTAR NAMA INFORMAN	90
CURICULUM VITAE.....	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Fitur-fitur TikTok.....	32
Gambar. 2 Hastag Game	33
Gambar. 3 Hastag Glow Up.....	34
Gambar. 4 Konten Edukasi	35
Gambar. 5 Hastag Serunya Kuliner	35
Gambar. 6 Profil Akun @tiaisistiana	36
Gambar. 7 Profil Akun @kentangbanget.....	37
Gambar. 8 Profil Akun @nedevidy	39
Gambar. 9 Konten Lathi Challenge	59
Gambar. 10 Promosi Produk Dari Akun @tiaisistiana	72
Gambar. 11 Promosi Produk Dari Akun @kentangbanget.....	73
Gambar. 12 Konten Video Kreatif @tiaisistiana	80
Gambar. 13 Konten Video Kreatif @kentangbanget.....	81
Gambar. 14 Konten Video Kreatif @nedevidy.....	82

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Interaksi secara digital merupakan hal yang lumrah di era modern. Salah satu dampak dari interaksi tersebut adalah penyebaran informasi yang semakin cepat. Selain interaksi digital, media sosial juga sebagai wadah untuk pengguna dapat berbagi dan berpartisipasi dalam bentuk kontribusi ataupun *feedback* seperti memberi komentar, dan berbagi informasi yang tak terbatas¹.

Dalam perkembangan informasi, berbagai macam bentuk informasi tersebar tanpa melihat kebenaran atas informasi tersebut atau disebut dengan hoaks. Hal tersebut berdampak pada penggambaran mengenai realitas baru di ruang media sosial, seperti pembentukan opini tanpa adanya validitas data menjadi suatu hal yang lumrah². Salah satu contohnya adalah ketika pandemi Covid-19. Begitu banyak berita-berita hoaks yang tersebar di masyarakat melalui media sosial. Dimulai dari menghirup uap panas yang disebut bisa membunuh COVID-19³. Dilansir dari Kominfo bahwa terdapat 850 hoaks tentang COVID-19 yang tersebar melalui media sosial.

¹ Anang Sugeng Cahyono, *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*, jurnal Publiciana, 2016, hlm 143

² Minan Jauhari. *MEDIA SOSIAL: Hiperrealitas Dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard*, Al'Adalah, 2019 (ejournal.iain-jember.ac.id), hlm 122

³ Indriani. *Hingga Juni Terdapat 850 Hoaks Terkait COVID-19*. Kominfo. 10 Oktober 2020 dalam https://kominfo.go.id/content/detail/27755/kominfo-hingga-juni-terdapat-850-hoaks-terkait-covid-19/0/sorotan_media. diakses pada 12 Januari 2022

Selain itu, dilansir dari Hootsuite (*we are social*): *Indonesian digital report 2021* bahwa penggunaan media sosial menggunakan *handphone* sebanyak 168.5 juta jiwa dengan total 170.0 juta jiwa dengan persentasi 99.1%.⁴ Ketika pandemi, penggunaan media sosial semakin meningkat sebagaimana dilansir dari databoks.katadata.co.id bahwa penggunaan media sosial ketika pandemi naik hingga 38%.⁵ Salah satu media sosial yang populer ketika pandemi adalah media sosial TikTok. Sebagian orang membuat video dan mengunggahnya kedalam media sosial TikTok untuk mengikuti sebuah tren yang ada seperti tren ekspresi gerak. Disisi lain, TikTok sebagai tempat berinteraksi secara digital juga sebagai tempat ekspresi diri⁶.

Interaksi digital bermakna sebagai berhubungan secara digital. Sehingga orang-orang tidak ingin ketinggalan akan segala bentuk informasi melalui media sosial terhadap orang-orang yang disukai seperti keluarga, teman, saudara, idola, dan sebagainya. Disebabkan hal tersebut, kecanduan akan penggunaan media sosial terutama TikTok mulai melekat. Salah satu contohnya adalah dengan kecanduan membuka TikTok dimana saja dan kapan saja. Salah satu dampak dari kecanduan tersebut adalah ketakutan akan ketinggalan suatu informasi yang disebut sebagai *Fear*

⁴ Simon Kemp. Digital 2021: Indonesia. <https://datareportal.com/report/digital-2021-indonesia> diakses pada 15 juli 2022

⁵ Databoks.katadata.co.id. Pandemi tingkatkan penggunaan aplikasi digital asia tenggara. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/31/pandemi-tingkatkan-penggunaan-aplikasi-digital-asia-tenggara> diakses pada 13 juli 2022

⁶ Yuxin Yang, *Understanding Young Adults' TikTok Usage*, COMM 196B Senior Honor Seminar (UCSD Department Of Communication, 2020), Hlm 10

Of Missing Out (FOMO). Menurut Alt dan Boniel-Nissim dalam jurnal peran kesepian dan *fear of missing out* terhadap kecanduan media sosial: analisis regresi pada mahasiswa, *fear of missing out* adalah suatu kecemasan dimana seseorang memiliki kekhawatiran akan melewatkan kesempatan untuk berinteraksi sosial, mendapatkan momen berharga, dan lain sebagainya yang bersifat memuaskan.⁷ Salah satu contohnya adalah ketika pandemi yang mana memberikan dampak kecemasan sehingga orang-orang mulai menggunakan media sosial terutama TikTok untuk melepaskan kejenuhan selama pandemi.

Disisi lain, TikTok sebagai tempat berinteraksi secara digital juga sebagai tempat ekspresi diri⁸. Contohnya adalah para pengguna dapat dengan bebas membuat konten video kreatif seperti berjoget mengikuti irama musik atau pun konten video kreatif lainnya. Hal tersebut memunculkan suatu fenomena baru mengenai TikTok. TikTok digambarkan identik dengan tren berjoget atau goyangan. Fenomena tersebut merupakan hal yang dianggap lumrah oleh sebagian orang dan sebagai bentuk ekspresi diri.

Sebagian masyarakat mulai membuat sebuah konten dengan mengikuti tren-tren, seperti pargoy (salah satu tren joget), tari ubur-ubur, dan sebagainya. Pembuatan konten tersebut dilakukan baik itu rumah,

⁷ Firda Nur Zanah Dan Wahyu Raharjo. 2020. *Peran Kesepian Dan Fear Of Missing Out Terhadap Kecanduan Media Sosial: Analisis Regresi Pada Mahasiswa* (Persona: Jurnal Psikologi Indonesia). Vol 9. No 2. Hlm 288

⁸ Yuxin Yang, *Understanding Young Adults' TikTok Usage*, COMM 196B Senior Honor Seminar (UCSD Department Of Communication, 2020), Hlm 10

jalanan, sekolah, dan sebagainya. Selain sebagai bentuk kesenangan, pembuatan konten yang dilakukan juga bertujuan untuk mencoba kesempatan menjadi terkenal atau pusat perhatian seperti artis. Salah satu dampak dari orang-orang yang mengikuti tren adalah meningkatnya keinginan orang-orang untuk menjadi seorang konten kreator baik itu konten kreator Instagram (IG), YouTube, TikTok, dan sebagainya. Tetapi, peluang yang lebih besar untuk menjadi konten kreator di media sosial adalah media sosial TikTok. Dikarenakan peningkatan pengguna dan juga TikTok yang sering menjadi tren-tren di media sosial. Banyak para konten kreator bermunculan tanpa memandang usia dan jenis kelamin di TikTok dengan beragam jenis konten, seperti joget, *lifestyle*, *make up*, komedi, film, dan lain-lain.

Seperti halnya konten tentang *make up* yang banyak disukai. Konten tentang *make up* memberikan inspirasi untuk tampil lebih menarik baik itu pada realitas maupun media sosial. Konten mengenai *make up* cenderung lebih digemari oleh para perempuan. Dikarenakan para perempuan ingin tampil cantik dan menarik. Selain menjadi *role model* kecantikan, perempuan juga menjadi simbol moral dalam masyarakat seperti perempuan yang baik itu perempuan yang kalem, mengikuti perkataan orang tuanya, dan lainnya. Sementara jika ada perempuan yang merokok, pulang tengah malam, maka akan dianggap sebagai perempuan nakal.

Sementara itu dalam media sosial tidak memiliki batasan dan bersifat terbuka. Dengan perkembangan media sosial yang tumbuh tanpa batasan. Setiap orang dapat membentuk karakter dirinya melalui media sosial dan juga dapat berekspresi dengan bebas. Moralitas dalam media sosial hanya dibatasi pada sanksi sosial yang sifatnya mudah dilupakan. Contohnya adalah konten *dance* perempuan yang mengundang para pengguna media sosial untuk mengomentari dengan menstigmatisasi bahwa konten tersebut menimbulkan ujaran pelecehan seksual⁹. Hal tersebut telah melanggar moralitas yang didasarkan pada etika dalam bermain media sosial.

Selain itu, dengan membuat dan mengunggah video yang menunjukkan sosok paling baik ataupun menarik maka kreator tersebut ingin memperlihatkan sebuah citra tertentu dalam konten video yang diunggah, seperti halnya konten *make up* dan *fashion*. Dengan menampilkan apa yang ingin diwujudkan melalui media sosial TikTok merupakan sebuah bentuk ekspresi diri. Seringkali bentuk ekspresi diri sebagai ajang eksistensi diri di media sosial. Ada berbagai macam bentuk ekspresi diri sebagai ajang eksistensi diri. Salah satunya dengan menampilkan sosok diri yang berbeda dengan realita yang nyata, seperti menampilkan sebuah kehidupan yang mewah di media sosial dengan menggunakan barang-barang bermerek. Tetapi pada kenyataannya barang tersebut mungkin

⁹Irnawati Rosidah, Dkk, "Women Sensual Dance Dalam Relevansinya Dengan Stigmatisasi Perempuan Dan Imitative Culture (Tinjauan Analisis Wacana Sara Mills). Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi, dan Pemikiran Hukum Islam, 2021 Vol XIII. No 1 Hlm 62

bukan milik sendiri, melainkan barang pinjaman ataupun sewaan. Contoh lainnya adalah dengan mengikuti tren gerak dengan menggunakan atribut, aksesoris, ataupun menggunakan *make up* untuk menampilkan diri yang elegan, cantik, dan sebagainya.

Pada fenomena tersebut akan dikaitkan dengan keadaan hiperrealitas. Yang mana fenomena ini menjadi menarik dikarenakan telah mengubah pandangan dan gaya hidup dalam menunjukkan eksistensi diri.¹⁰ Media sosial saat ini terutama TikTok, seseorang yang sering mendapatkan like atau jumlah penonton yang sangat banyak akan menjadi resah dan gelisah Ketika mendapatkan like dan penonton yang sedikit. Hal tersebut dikarenakan mereka telah mendedikasikan dirinya kedalam hal tersebut. Penggunaan media sosial yang sebelumnya digunakan untuk menyebarkan berbagai macam informasi berubah menjadi ajang untuk menunjukkan eksistensi diri. Sebelumnya, eksistensi diri hanya ditunjukkan dalam realita sesungguhnya. Tetapi berubah menjadi ajang pembuktian diri bahwa aktivitas atau kegiatan yang dilakukan memiliki nilai guna. Seperti halnya para TikToker, secara sadar maupun tidak mereka membentuk konsep diri berdasarkan keinginannya kepada orang lain. Oleh karena itu, menarik untuk mengkaji hal tersebut sebagai penelitian dengan judul **“Hiperrealitas Diri Konten Kreator Muslimah Di TikTok”**.

¹⁰ Siti Badriah. 2017. Fungsi Handphone Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Airlangga (Journal.unair.ac.id) Hlm 10

B. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki dua pertanyaan besar yang akan menjadi arah pada penelitian dalam mengungkapkan fenomena terkait latar belakang. Untuk mempermudah penyusunan maka peneliti memiliki rumusan masalah, yaitu:

1. Bagaimana bentuk hiperrealitas konten kreator muslimah di TikTok?
2. Bagaimana proses terbentuknya hiperrealitas konten kreator muslimah di TikTok?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan dengan hasil rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan dalam penelitian mengenai media sosial, pencitraan, dan hiperrealitas. Selain itu, kegunaan dari penelitian ini adalah menambah wawasan dan ilmu pengetahuan, terutama dalam kajian Sosiologi Agama. Disebabkan karena hal ini sangat erat hubungannya dengan problematika yang dikaji baik dari segi sosiologi maupun dari agama.

2. Manfaat praktis

penelitian ini dikaji guna untuk menambah wawasan kepada pengguna media sosial untuk lebih bijaksana dalam menggunakan media sosial dan mengontrol diri agar tidak kecanduan dalam bermain media sosial.

D. Kajian Literatur

Berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan terkait judul "**Hiperrealitas Diri Konten Kreator Muslimah Di TikTok.**" Dalam melakukan analisis terhadap fenomena dan fakta-fakta mengenai ekspresi para TikToker. Memang sudah didapati penelitian yang sejenis, akan tetapi berbeda dalam beberapa hal seperti ciri khas dan kualitas yang berbeda. Meskipun demikian, belum ada penelitian yang memfokuskan pada ekspresi para TikToker sebagai suatu hiperrealitas yang mempengaruhi mereka dalam berekspresi. Adapun penelitian yang berkaitan, yaitu

Pertama, penelitian Skripsi oleh Dadan Maulana mahasiswa Sosiologi Agama dengan judul Hiperrealitas Agama Dan Dampaknya (Studi Kasus Perilaku Keagamaan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta). Dalam skripsi tersebut membahas mengenai representasi diri mahasiswa UIN Sunan Kalijaga terhadap hiperrealitas agama. Selain itu, juga membahas mengenai dampaknya baik pada diri sendiri maupun pada kehidupan sosialnya serta agamanya. Dalam penelitian tersebut menggunakan convenience sampling dalam teknik pengumpulan data. Selain itu, karakteristik narasumber sangat sederhana, yaitu mahasiswa UIN Sunan Kalijaga yang memiliki media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Whatsapp. Persamaan dengan penelitian ini terkait representasi diri terhadap hiperrealitas. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti menggunakan teknik purposive sampling.

Kedua, penelitian Skripsi oleh Frenda Yentin Madiana dengan judul Media Sosial Dan Hiperrealitas Hary Tanoesoedibjo Sebagai Politikus Religious Islam (Studi Deskriptif Pencitraan Hary Tanoesoedibjo Di Fanpage *Facebook* Perindo). Dalam skripsi tersebut memaparkan mengenai postingan pada *fanspage facebook* perindo yang merepresentasikan hary tanoesoedibjo sebagai religious islam. Representasi tersebut berdasarkan pada penggunaan simbol religious yang digunakan pada *fanpage facebook* perindo. simbol-simbol tersebut adalah peci, sorban dan rebana. Pencitraan dengan menggunakan simbol-simbol tersebut merupakan tindakan untuk menarik perhatian orang-orang muslim. Selain itu, hary tanoesoedibjo juga ditampilkan melakukan aktivitas keberagaman seperti mengunjungi pondok pesantren, memberikan materi pada santri dan melakukan Gerakan dzikir untuk kemakmuran bangsa berdasarkan *fanpage facebook*. Persamaannya dengan peneliti adalah melakukan observasi pada akun yang diteliti. Sedangkan perbedaannya adalah penggunaan simbol religius pada perempuan di media sosial TikTok. Pada penggunaannya, simbol tersebut sebagai ekspresi diri terhadap kecintaan pada islam. Sementara fungsi dari simbol tersebut berbanding terbalik dengan realita yang ada di media sosial TikTok.

Ketiga, pada Skripsi Annisa Fathia Dengan Judul Foodstagram Sebagai Hiperrealitas Pada Kalangan Foodies Di Instagram. Dalam skripsi tersebut menjelaskan mengenai fenomena foodstagram dikalangan

foodies. Dalam fenomena tersebut, postingan foto makanan menjadi suatu kebutuhan bagi para foodies untuk tetap eksis di Instagram. Dalam mempertahankan ke-eksistensinya, maka para foodies melakukan hunting foto dan review konten. Dalam hal tersebut menciptakan suatu status yang mana mempengaruhi para followers mengenai pandangan mereka terhadap makanan dan gaya hidup. Disisi lain, status tersebut dipengaruhi oleh *performance* mereka di Instagram. Dimulai dari postingan foto makanan, video dan review terhadap suatu makanan. Sedangkan pada penelitian peneliti yang ingin dikaji sama-sama mengenai media sosial dan fenomena ekspresi TikToker yang mempengaruhi status sosial para TikToker di TikTok.

Keempat, pada jurnal *Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hyperrealitas TikTok)* oleh Mukhammad Handi Dwi Wijaya Dan Musta'in Mashud. Pada jurnal tersebut membahas mengenai fenomena TikTok pada pelajar yang awalnya mencari sebuah hiburan berubah menjadi sebuah keinginan untuk menjadi terkenal atau populer. Keinginan-keinginan kreator TikTok untuk menjadi populer dan diketahui banyak orang seperti artis yang menunjukkan keinginan untuk mendapatkan eksistensi yang melampaui esensi¹¹. Sementara peneliti juga berfokus pada keinginan para kreator dalam mengikuti tren dengan tujuan

¹¹ Mukhammad Handi Dwi Wijaya Dan Musta'in Mashud. 2020. *Konsumsi Media sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hiperrealitas TikTok)* (Al-Mada: Jurna; Agama Sosial dan Budaya) Vol 3. No 2. Hlm 184

seperti ingin populer, tidak ingin ketinggalan, dan sebagainya. Disisi lain yang menjadi pembeda adalah subjek dan lokasi penelitian.

Kelima, pada jurnal Sociopolitico Manifestasi Gaya Hidup Gamers Online Sebagai Produk Hiperrealitas Dunia Maya Pada Mahasiswa Universitas Palangkaraya oleh Ardiano Fauzi Rahman. Dalam jurnal tersebut membahas mengenai maraknya perbincangan mengenai game online, yaitu game online zynga poker. Game tersebut merupakan permainan jenis kartu yang seringkali dijadikan sebagai perjudian antar mahasiswa. Dijelaskan pada jurnal tersebut bahwa mahasiswa cenderung lebih menyukai bermain game zynga poker dibandingkan dengan mengerjakan tugas. Selain itu, fantasi akan kehidupan dalam game tersebut mempengaruhi kehidupan real yang dimiliki, seperti intensitas bermain yang sangat sering. Sementara persamaanya adalah kecanduan sebuah aplikasi yang merubah kebiasaan subjek. Sedangkan perbedaannya adalah peneliti berfokus di aplikasi TikTok dan menggunakan teknik purposive sampling.

E. Kerangka Teori

Teori yang digunakan peneliti adalah teori Jean Baudrillard mengenai hiperrealitas. Dikarenakan berkaitan dengan penelitian yang dikaji. Jean Baudrillard merupakan tokoh postmodernisme yang ditandai dengan pembentukan dunia dan struktur sosial baru berdasarkan perkembangan teknologi yang kemudian membentuk suatu simulasi akan

dunia dan menciptakan dunia baru itu sendiri. Pada perkembangan teknologi terkhusus pada militer, menerapkan sebuah teknik teori probabilitas terapan¹². Teknik tersebut merupakan simulasi untuk membandingkan sebuah model dan realitas. Tetapi pada perkembangannya telah memasuki berbagai ranah seperti hiburan, media massa, ekonomi dan sebagainya.

Istilah simulasi juga digunakan oleh Baudrillard dalam menjelaskan mengenai hubungan antara produksi, komunikasi, dan konsumsi pada masyarakat postmodern. Masyarakat postmodern seringkali mengkonsumsi sesuatu secara berlebihan dan dicirikan dengan overproduksi, over komunikasi dan over konsumsi. konsumsi yang berlebihan tersebut dilakukan melalui media massa, iklan, majalah, film, dan sebagainya. Menurut Hegarty, Segala sesuatunya telah diproduksi, kemudian direpresentasikan kedalam media dengan model yang paling ideal melalui permainan penampilan¹³. Representasi akan suatu model atau produk memberikan suatu konsep yang menjadi faktor penentu dalam pandangan mengenai realitas. Berdasarkan hal tersebut, batas antara simulasi dan realita real menjadi semakin kabur dan menciptakan suatu realitas baru.

¹²Yasraf Amir Piliang, *semiotika dan hipersemiotika kode, gaya dan matinya makna*, (Bandung: Matahari, 2012), Hlm 126

¹³ Annisa Fathia, *Foodstaagram Sebagai Hiperrealitas Pada Kalangan Foodies Di Instagram*. Skripsi Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu sosial Dan Ilmu Politik Universitas Negeri Syarif Hidayatullah, 2020. Hlm 15

Simulasi telah berubah makna menjadi sebuah model produksi penampakan dalam masyarakat konsumen yang tidak memiliki kaitan dengan tiruan akan realita. Melainkan penciptaan melalui model yang tidak memiliki kenyataan atau realitas (hiper-real)¹⁴. Simulasi telah bertransformasi menjadi suatu fantasi atau halusinasi. Fantasi seolah-olah telah menjadi nyata dan semakin sulit membedakan antara dunia fantasi dan dunia realitas yang nyata. Dalam transformasi tersebut, terjadi pula perubahan dalam konsumsi masyarakat. Pada awalnya memproduksi barang bertransformasi menjadi produksi tontonan. Salah satu bentuk produksi tontonan adalah produksi melalui media sosial. Media sosial adalah ruang dimana terbentuknya simulasi. Media sosial menciptakan suatu fantasi melalui berbagai perbedaan tanda seperti lifestyle, penampilan, perilaku, dan sebagainya. Tanda tersebut menciptakan suatu ajang eksistensi antar individu dan individu lainnya, sehingga yang direpresentasikan menjadi kabur atau hilang. Hal tersebut menciptakan suatu diferensiasi, yaitu suatu penyangkalan terhadap realita. Fantasi tampak semakin nyata. Fantasi tersebut menyembunyikan realita yang ada atau tidak memiliki kaitan dengan realitas.

Salah satu contohnya adalah dengan menampilkan sosok yang berbeda. Para TikToker membuat sebuah konten dengan menampilkan sisi lain dari dirinya seperti menggunakan *make up* hanya demi konten dan mengikuti tren demi mendapat perhatian. Dengan menunjukkan eksistensi

¹⁴Yasraf Amir Piliang, *Semiotika Dan Hipersemiotika Kode, Gaya Dan Matinya Makna*, (Bandung: Matahari, 2012), Hlm 128

diri melalui konten dengan merepresentasikan ke dalam simbol. Dalam eksistensi diri, sebagian dari para TikToker berfantasi untuk mendapatkan sebuah ketenaran ataupun kepopuleran. Terbuai akan ketenaran merupakan hal yang tidak disadari oleh banyak orang. Dengan mencoba berbagai tindakan demi menaikkan nilai diri di media sosial TikTok maka mereka secara tidak sadar terperangkap dalam fatamorgana akan populer, terkenal, dan sebagainya. Dengan iming-imingan tersebut mereka mencoba membuktikan eksistensi dirinya dan untuk memenuhi hasrat tersebut. Hal tersebut merupakan sebuah kesadaran palsu. Pada akhirnya semua yang bertujuan demi konten merupakan suatu halusinasi yang tidak memiliki kaitan dengan realitas.

Simulasi memiliki beberapa kondisi agar dapat terbentuk, yaitu ketika realitas telah kehilangan pemaknaannya dan cara berpikir yang melampaui yang terlihat, maka proses dekonstruksi terhadap makna realitas terjadi. Dekonstruksi justru menciptakan makna baru yang cenderung kepada sebuah pencitraan¹⁵. Sesuatu yang ditampilkan di media sosial merupakan pencitraan diri yang menjadi makna diri sesungguhnya. Makna tersebut bersifat dinamis. Artinya makna tersebut akan terus berubah yang pada akhirnya hanya sebatas sebuah komoditi yang menunjukkan eksistensi diri untuk memuaskan kenikmatan manusia.

¹⁵ Dadan Maulana. *Hiperrealitas Agama Dan Dampaknya (Studi Kasus Perilaku Keagamaan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga)*, Skripsi Program Studi Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam 2019. Hlm 14

Dalam perkembangannya, Baudrillard membagi simulasi menjadi empat fase, yaitu¹⁶ :

- a) Citra adalah refleksi dari realitas
- b) Citra menyembunyikan dan menyimpangkan realitas
- c) Citra menyembunyikan absennya realitas
- d) Citra sama sekali tak berkaitan dengan realitas apapun; citra merupakan simulacrum murni

Ruang dimana simulasi terjadi adalah simulacrum. Secara sederhana, simulacrum adalah pemenuhan kebutuhan masyarakat konsumerisme akan tanda. Tanda adalah citra murni transendensi. Tetapi Ketika tanda tersebut tidak memiliki referensi (dunia nyata) maka fantasi dan ilusi menggantikan realitas yang nyata seperti halnya ketika para TikToker mencoba mengimitasi atau menduplikasi suatu konten dan dari konten tersebut menjadi media promosi diri maupun suatu produk.

Media sosial yang menghadirkan ruang untuk berekspresi dalam merepresentasikan diri seseorang. Representasi diri merupakan gambaran mengenai suatu individu di dalam media sosial. Walaupun dalam representasi tersebut bukanlah dirinya sebenarnya. Hal tersebut bersifat imajinasi atau fantasi bagi para pengguna TikTok yang megakibatkan realitas yang ditampilkan mengalami suatu ketidakjelasan.

¹⁶ Yasraf Amir Piliang. *Semiotika Dan Hipersemiotika Kode, Gaya Dan Matinya Makna* (Bandung: Matahari, 2012). Hlm 130

Lebih jauh lagi apa yang ditampilkan di media sosial tidak sesuai dengan kenyataan individu tersebut sehingga memunculkan sebuah kenyataan yang mendeterminasi kesadaran sosial atau juga disebut sebagai hiperrealitas. Menurut Pilliang, Hiperrealitas adalah keadaan runtuhnya realitas yang diambil oleh rekayasa model-model, (citraan, halusinasi, simulasi), yang dianggap lebih nyata dari realitas¹⁷. Pada media TikTok, individu merepresentasikan sebuah fantasi akan dirinya yang tidak dapat diwujudkan dalam kenyataannya sendiri.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian adalah tahapan yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang diteliti. Dalam metode tersebut, peneliti harus objektif mengenai masalah yang diteliti. Untuk memecahkan masalah penelitian, maka peneliti menggunakan metode, yaitu:

1. Jenis penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif menurut Mantra dalam buku Dasar Metode Penelitian metode kualitatif adalah sebuah tahapan atau langkah-langkah untuk menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata dan perilaku dari orang yang diamati¹⁸. Dalam fokus penelitian ini adalah menjelaskan proses terjadinya hiperrealitas dalam kegiatan pembuatan konten video yang

¹⁷ Ardiano Fauzi Rahman. 2019. *Manifestasi Gaya Hidup Gamers Online Sebagai Produk Hiperrealitas Dunia Maya Pada Mahasiswa Universitas Palangkaraya*. Jurnal Sociopolitico Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Vol 1. No 1. Hlm 43

¹⁸ Sandu Siyoto dan M. Ali Sodik, *Dasar Metode Penelitian* (Yogyakarta: Literasi Media, 2015). Hlm 28

dilakukan oleh para TikToker dalam platform TikTok dan juga pengaruhnya terhadap kehidupan serta status sosial mereka.

Dalam metode ini menggunakan pendekatan fenomenologis. Fenomenologis merupakan penelitian yang mencoba mencari arti pengalaman dalam kehidupan, penilaian, dan pemberian makna terhadap suatu pengalaman.¹⁹ Tujuan dari pendekatan ini mencari makna dari hal-hal mendasar melalui proses pengalaman seseorang mengenai suatu fenomena dan fakta-fakta terkait pengguna TikTok di media sosial TikTok. Dalam penelitian ini berfokus pada proses terjadinya hiperrealitas dalam pembuatan konten video yang dilakukan oleh para pengguna media sosial dan pengaruhnya terhadap kehidupan serta status sosial mereka.

2. Subjek

Pada penelitian ini, subjek penelitian ini adalah konten creator muslimah di TikTok. Sementara itu, mengenai informan, peneliti mendapatkan tiga akun yang bersedia dijadikan informan. Adapun kriteria dalam penentuan konten kreator muslimah sebagai subjek penelitian, yaitu Pertama, memiliki akun media sosial TikTok. Kedua, berusia 18 – 25 tahun. Dikarenakan Sebagian besar pengguna TikTok merupakan generasi Z. dilansir dari Indonesian Digital Report 2021²⁰ bahwa pengguna media sosial dengan usia 18 - 24 tahun

¹⁹M, Junaidi Ghony, dan Fauzan Almanshur, *metodelogi penelitian kualitatif* (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media2014) Hlm 57

²⁰ Simon Kemp. Digital 2021: Indonesia. <https://datareportal.com/report/digital-2021-indonesia> diakses pada 15 juli 2022

sebanyak 15.9% untuk laki-laki dan 14.8% untuk perempuan. Untuk perempuan merupakan pengguna terbanyak dengan rentang usia 18 - 24 tahun.

Selain itu, dilansir dari kumparan.com bahwa dalam pasal 98 (1) kompilasi hukum islam menyatakan bahwa umur anak yang mampu berdiri sendiri atau dewasa adalah 21 dengan tidak memiliki cacat fisik maupun mental.²¹ Ketiga, memiliki minimal 500 *followers* TikTok. Dikarenakan semakin banyak konten kreator yang membuat konten yang sama maka semakin sulit menambah followers. Sebagaimana dilansir dari Tempo.co dalam sproutsocial.com bahwa meningkatnya konten kreator yang juga membuat konten sama.²² Berikut profil informan tersebut:

No	Nama Akun TikTok	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Followers
1	@Tiaistiana	21	Perempuan	Mahasiswi & freelance singar dan voice over	9800
2	@sslqqi	21	Perempuan	Mahasiswi & penjahit	1027
3	@nedevidy	25	perempuan	Freelance MUA, make up, & WO	5248

²¹ Laras Susanti. Problematika Batas Usia Dewasa Di Indonesia. Dalam <https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp.larassusanti/problematika-batas-usia-dewasa-di-indonesia-1pbQAiMOMcv> diakses pada 15 juli 2022

²² Tempo.co. Cara Cepat dan Mudah Menambah Followers akun TikTok. Dalam <https://www.google.com/amp/s/tekno.tempo.co/amp/1567238/cara-cepat-dan-mudah-menambah-followers-akun-tiktok> diakses pada 15 juli 2022

3. Sumber data

Sumber data merupakan bagian komponen penting dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini, menggunakan dua sumber data yaitu:

a) Data Primer

Data primer berasal dari data yang diperoleh langsung dari subyek yang diteliti (informan). Menurut Sugiyono data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data²³. Data tersebut menjadi sumber yang penting untuk mengumpulkan data menjadi data yang melengkapi pembahasan penelitian. Data tersebut diperoleh dari beberapa informan yang telah diwawancarai. Sumber data primer pada penelitian ini adalah bagaimana proses pembuatan konten yang dilakukan oleh para TikToker dalam platform TikTok dan bagaimana pengaruh terhadap status sosial serta kehidupan mereka. Data utama adalah hasil dari wawancara dan pengamatan.

b) Data sekunder

Menurut Sugiyono, sumber data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data²⁴. Sumber data yang dapat mendukung data utama contohnya adalah publikasi terkait penggunaan media sosial, foto atau video, dan sebagainya.

²³ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016). Hlm 225

²⁴ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif....*, Hlm 225

G. Metode Pengumpulan Data

Diperlukan metode pengumpulan data yang sesuai dengan penelitian guna sebagai langkah konkrit dalam penelitian. Metode pengumpulan data juga memberikan gambaran bagaimana data diperoleh secara menyeluruh dan sistematis. Berikut metode pengumpulan data yang digunakan peneliti:

1) Teknik Purposive Sampling

Purposive sampling merupakan teknik pengumpulan data berdasarkan suatu karakteristik tertentu dalam suatu populasi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian. Sama halnya menurut Sugiyono bahwa purposive sampling adalah Teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu²⁵. Adapun kriteria dalam penentuan konten kreator muslimah sebagai subjek penelitian, yaitu Pertama, memiliki akun media sosial TikTok. Kedua, berusia 18 – 25 tahun. Dikarenakan Sebagian besar pengguna TikTok merupakan generasi Z. dilansir dari Indonesian Digital Report 2021²⁶ bahwa pengguna media sosial dengan usia 18 - 24 tahun sebanyak 15.9% untuk laki-laki dan 14.8% untuk perempuan. Untuk perempuan merupakan pengguna terbanyak dengan rentang usia 18 - 24 tahun. Ketiga, memiliki minimal 500 *followers* TikTok. Dikarenakan semakin banyak konten kreator yang membuat konten yang sama maka semakin sulit menambah followers. Sebagaimana dilansir dari Tempo.co

²⁵ Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif....*, Hlm 85

²⁶ Simon Kemp. Digital 2021: Indonesia. <https://datareportal.com/report/digital-2021-indonesia> diakses pada 15 juli 2022

dalam sproutsocial.com bahwa meningkatnya konten kreator yang juga membuat konten sama.²⁷

2) Teknik Wawancara

Menurut Yusuf wawancara (interview) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (interviewer) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai (interview) melalui komunikasi langsung²⁸.

Dalam menggunakan teknik wawancara, peneliti sudah menyiapkan beberapa pertanyaan terkait apa yang diteliti dan menentukan tujuan yang jelas, sehingga memiliki cakupan masalah yang terarah. Peneliti tidak hanya berfokus pada bagaimana persepsi informan. Tetapi juga data yang lebih dalam mengenai proses kegiatan pembuatan konten video yang dilakukan oleh para TikToker dalam platform TikTok dan juga pengaruhnya terhadap kehidupan serta status sosial mereka.

3) Teknik Observasi

Menurut Zainal Arifin dalam buku Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif, observasi adalah proses yang dimulai dengan pengamatan kemudian pencatatan yang bersifat sistematis, logis, objektif, dan rasional terhadap berbagai macam fenomena dalam situasi yang sebenarnya, maupun situasi buatan²⁹. Peneliti mencoba mengamati tindakan para

²⁷ Tempo.co. Cara Cepat dan Mudah Menambah Followers akun TikTok. Dalam <https://www.google.com/amp/s/tekno.tempo.co/amp/1567238/cara-cepat-dan-mudah-menambah-followers-akun-tiktok> diakses pada 15 juli 2022

²⁸ Iryana Risky Kawasati. *Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif* (Sorong: STAIN Sorong, 2021) Hlm 4

²⁹ Iryana Risky Kawasati. *Teknik Pengumpulan Data*, Hlm 9

konten kreator yang memberikan berbagai dampak dan memilah tindakan yang dapat dikategorikan untuk menjadi rujukan dalam kebutuhan peneliti. Peneliti mengobservasi akun-akun informan melalui konten-konten video yang ditampilkan oleh informan pada platform TikTok. Observasi yang digunakan adalah observasi non partisipan yang menempatkan peneliti sebagai pengamat dalam penggunaan akun media sosial TikTok informan.

4) Teknik Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah cara pengumpulan data melalui arsip-arsip dokumen yang termasuk buku-buku tentang perspektif, teori, dalil-dalil atau hukum-hukum dan lain-lain berhubungan dengan masalah penelitian.³⁰ Dalam pelaksanaannya, peneliti menyelidiki berbagai macam arsip seperti buku, video, dan sebagainya yang memiliki keterikatan dengan hiperrealitas dan media sosial TikTok.

H. Teknik Analisis Data

Dalam teknik menganalisa data terdapat beberapa cara dalam analisis data, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar³¹. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan reduksi data dengan penyederhanaan, penggolongan, dan membuang data yang tidak

³⁰ Iryana Risky Kawasati. *Teknik Pengumpulan Data*...., Hlm 11

³¹ Ahmad Rijali. *Analisis Data Kualitatif* (UIN Antasari: Banjarmasin, 2018) hlm 11

diperlukan. Peneliti mereduksikan data tersebut berdasarkan hasil data primer dan sekunder yang ditemukan dilapangan. Dengan melakukan penggolongan data maka dapat memudahkan dalam memilah data relevan atau tidaknya data dengan tujuan akhir.

2. Penyajian data

Dalam penyajian data disajikan berdasarkan data yang telah direduksi sebelumnya dengan menampilkan data-data yang diperlukan. Bentuk dari penyajian data adalah teks naratif yang memiliki keterkaitan sehingga memudahkan untuk dipahami. Melalui penyajian data tersebut maka tersusun dan terorganisasikan keterkaitan antara data-data tersebut.

3. Penarikan kesimpulan

Setelah tahapan penyajian data dari hasil wawancara maka peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan penjelasan deskriptif. Dengan penarikan kesimpulan, data tersebut dapat menghasilkan informasi yang memiliki makna baik itu persamaan maupun perbedaan dengan asumsi atau kesimpulan awal.

I. Sistematika pembahasan

BAB I : Pendahuluan terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kajian literatur, kerangka teori, metode penelitian, teknik analisis data, dan sistematika pembahasan.

BAB II : Gambaran umum mengenai media sosial TikTok. Selain itu juga berisi mengenai fenomena di media sosial TikTok dan informasi mengenai informan.

BAB III : Pada bab ini menjelaskan tentang rumusan masalah pertama. Mengetahui mengenai bagaimana bentuk hiperrealitas konten kreator muslimah di TikTok.

BAB IV : Pada bab ini menjelaskan tentang rumusan masalah kedua, yaitu proses terbentuknya hiperrealitas konten kreator muslimah di TikTok. Pada bab ini menjelaskan hiperrealitas yang dibentuk melalui fase simulasi.

BAB V : Penutup berisis kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Akan dipaparkan mengenai jawaban dari rumusan masalah. Dan yang terakhir saran mengenai menggunakan media sosial secara bijak dan mengontrol diri agar tidak kecanduan dalam bermain media sosial.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Dalam perkembangan media sosial TikTok yang berkembang secara pesat membuat semakin naiknya popularitas TikTok dibandingkan dengan media sosial lainnya. TikTok telah menjadi ruang untuk hiperrealitas itu sendiri dengan memberikan sebuah dunia digital sebagai hiburan bagi para pengguna. Melalui hiburan tersebut, banyak para pengguna terbuai untuk mencari atensi dari publik (pengguna lainnya). Para pengguna pun berlomba-lomba membuat konten video kreatif untuk bersaing dengan pengguna lainnya. Dalam persaingan tersebut, kualitas dari konten video tidak lagi sebagai acuan. Melainkan pada kuantitas konten video. Persaingan tersebut memunculkan kecanduan dalam bermain media sosial TikTok. Contohnya Pertama, melakukan berbagai macam tindakan demi menaikkan jumlah penonton dan pengikut demi hasrat diri yaitu populer. Kedua, semakin menjauh dari kehidupan bermasyarakat. Dikarenakan terlalu sering bermain media sosial dan melupakan interaksi dengan sesama. Ketiga, merasa resah ketika jumlah penonton dan pengikut menurun atau ketika tingkat popularitas menurun. Berbagai tindakan pun dilakukan demi menaikkan popularitas diri, seperti mengimitasi konten viral atau tren, memberikan edukasi kepada para pengikut dan pengguna, dan memiliki konten yang bervariasi untuk menarik pengguna dalam menonton konten video kreatif para kreator.

Dalam menarik minat pengguna, para konten kreator mencoba membuat berbagai konten video dengan mengimitasi konten tren. Dalam proses pembuatan konten video kreatif tersebut, terjadinya proses pembentukan hiperrealitas melalui empat tahapan, yaitu Pertama citra merefleksikan realitas dasar. Dalam tahapan ini merupakan alasan mengapa mengunggah konten video ke media sosial TikTok. Kedua, citra menyembunyikan dan memutarbalikkan realitas. Pada tahap ini, berubahnya nilai guna menjadi nilai simbolik seperti berubahnya alasan dalam membuat dan mengunggah konten video. Ketiga, menutupi ketiadaan realitas. Pada tahap ini dimana realitas dalam konten video tidak lagi berkaitan dengan realitas riil. Artinya konten video tersebut telah di rekayasa sedemikian rupa sehingga berbeda dengan realitas riil. Dan Keempat, munculnya realitas palsu. Pada tahap terakhir ini, konsumsi akan konten video dengan berbagai efek menjadi hal yang dianggap lumrah. Citra diri konten kreator pun mengalami sebuah perubahan seperti penampilan yang lebih diutamakan dibandingkan kemampuan. Gaya hidup menjadi penentu kualitas diri.

B. SARAN

Sebagaimana pembahasan bab sebelumnya terkait media sosial TikTok dan hiperrealitas, peneliti berharap para pengguna dan para konten kreator bermain media sosial secara hati-hati dan tidak sembarangan. Dikarenakan jejak dari konten yang di unggah di media sosial akan sulit untuk dihilangkan dan informasi pribadi pun dapat tersebar dengan cepat oleh para *reuploder* di seluruh media sosial. Selain itu, jangan terlalu cepat dalam menerima dan menyebarkan informasi melalui media sosial. Dikarenakan begitu banyaknya informasi yang

kebenarannya diragukan. bagi para pengguna media sosial untuk menjaga diri agar tidak kecanduan akan media sosial. Diharapkan dapat memanfaatkan media sosial terutama TikTok dengan sebaik dan sebijak mungkin. Untuk para kreator diharapkan untuk bijak dalam membuat konten dan tidak hanya berfokus dalam membuat konten demi viral, tetapi tidak memiliki makna atau pesan tertentu. Pada pembahasan mengenai hiperrealitas konten kreator muslimah di TikTok, peneliti berharap kajian selanjutnya dapat mengembangkan penelitian pada bidang yang sama. Adapun saran terkait pembahasan tersebut yaitu, Pertama perlunya penelitian lebih mendalam terkait media sosial atau dunia digital sebagai hiperrealitas yang memiliki tujuan tertentu seperti menghibur para pengguna media sosial itu sendiri. Kedua, Saran untuk penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai gaya hidup di era digital. Dikarenakan bentuk dari kebahagiaan seringkali di lihat berdasarkan apa yang ditampilkan pada media sosial.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, Anang Sugeng. 2016. Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. Publiciana: journal.unita.ac.id
- Databoks.katadata.co.id. Pandemi tingkatan penggunaan aplikasi digital asia tenggara. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/08/31/pandemi-tingkatan-penggunaan-aplikasi-digital-asia-tenggara>
- Dwi Wijaya, M. H. 2020. Konsumsi Media sosial Bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hyperrealitas TikTok). *Al-Mada: Jurna; Agama Sosial dan Budaya*, Vol 3(2)
- Fathia, Annisa. 2020. foodstagram Sebagai Hiperrealitas Pada Kalangan Foodies Di Instagram. Skripsi. Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah
- Fauziah, Yuliani Resti. 2019. Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 112, 1-2 (Elibrary.unikom.ac.id)
- Gony, M. D., & Fauzan, A. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hidayat, Medhy Aginta. 2021. Jean Baudrillard & Realitas Budaya Pascamodern. Yogyakarta: Cantrik Pustaka
- Indriani. 2020. hingga juni terdapat 850 hoaks terkait COVID-19. Dalam https://kominfo.go.id/content/detail/27755/kominfo-hingga-juni-terdapat-850-hoaks-terkait-covid-19/0/sorotan_media.
- Jauhari, Mihan. 2019. Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Al'Adalah: ejournal.iain-jember.ac.id*
- Junaidi, Moh. 2021. Hiperealitas Dalam Foto Selfie (kajian Filosofis Teori Simulacra Jean Baudrillard). Skripsi Program Studi Aqidah dan Filsafat Islam Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Kawasati, R. 2019. Teknik Pengumpulan Data Metode Kualitatif. Skripsi. Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN). Sorong.
- Kumparan. Ini asal muasal TikTok yang kini mendunia. Dalam <https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-TikTok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN>
- Kushendrawati, S. M. 2011. Hiperrealitas Dan Ruang Publik. Jakarta: Penaku.

- Lahitani, Sulung. 2022. 8 Potret Orang Yang Lakukan Segala Demi Viral Di Medsos. Dalam <https://m.liputan6.com/citizen6/read/4453263/8-potret-yang-lakukan-segala-cara-demi-viral-di-medsos?page=6>
- Laily, Iftitah Nurul. Ini Jadwal Fyp TikTok Untuk Mengunggah Konten Agar Populer. Dalam <https://katadata.co.id/iftitah/berita/615c4e2960276/ini-jadwal-FYP-TikTok-untuk-mengunggah-konten-agar-populer>
- Laras Susanti. Problematika Batas Usia Dewasa Di Indonesia. Dalam <https://www.google.com/amp/s/m.kumparan.com/amp.larassusanti/problematika-batas-usia-dewasa-di-indonesia-1pbQAiMOMcv>
- Maulana, Dadan. 2019. Hiperrealitas Agama Dan Dampaknya (Studi Kasus Perilaku Keagamaan Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga). Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Namira, Izza. Cara Mudah Video TikTok Kamu Masuk Fyp, Makin Populer Deh. Dalam <https://www.idntimes.com/tech/trend/izza-namira-1/cara-fyp-di-tiktok>
- Piliang, Y. A. 2012. Semiotika Dan Hipersemiotika Kode, Gaya Dan Matinya Makna. Bandung: Matahari.
- Pubiway. TikTok berasal dari mana. Dalam <https://pubiway.com/tik-tok-berasal-dari-mana/>
- Rahman, F., & Ardiano, A. 2019. Manifestasi Gaya Hidup Gamers Online Sebagai Produk Hiperrealitas Dunia Maya Pada Mahasiswa Universitas Palangkaraya. *Jurnal Sociopolitico*, Vol 1. No 1, 35-46.
- Rijali, Ahmad. 2018. Analisis Data Kualitatif. Banjarmasin: UIN Antasari
- Simon Kemp. Digital 2021: Indonesia. <https://datareportal.com/report/digital-2021-indonesia>
- Siyoto, Siyoto, dan M. Ali Sodik. 2015. Dasar Metode Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tempo.co. Cara Cepat dan Mudah Menambah Followers akun TikTok. Dalam <https://www.google.com/amp/s/tekno.tempo.co/amp/1567238/cara-cepat-dan-mudah-menambah-followers-akun-tiktok>
- Yang, Yuxin. 2020. Understanding Young Adults' TikTok Usage. UCSD Departement Of Communication: COMM196B Senior Honor Seminar

Zanah, Firda Nur & Wahyu Raharjo. 2020. Peran Kesepian Dan *Fear Of Missing Out* Terhadap Kecanduan Media Sosial: Analisis Regresi Pada Mahasiswa. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*. Vol 9(2).

Zaputri, meri. 2021. Dampak Kecanduan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling IAIN BATUSANGKAR. Skripsi. Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan. Sumatera Barat: IAIN BATUSANGKAR

