

## **PRESENTASI DIRI DAN HYPERREALITAS PADA ERA KENORMALAN BARU PANDEMI COVID-19 DI INDONESIA**

**Errika Dwi Setya Watie<sup>1</sup>, Fajriannoor Fanani<sup>2</sup>**  
errika@usm.ac.id , fajrian@usm.ac.id  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi,  
Universitas Semarang, 50196, Indonesia

---

### **Article Info**

#### **Keyword:**

*Media social; Self appearance;  
Pandemic Covid-19; Hyperreality;  
New Normal*

### **Abstract**

*The impact of the ongoing Covid 19 pandemic which entering the beginning of 2021 has leads to changes the way humans interact. Previously interaction was done directly face to face, but now the pandemic forced affected humans to interact more using social media. This condition leads to the question of how the human self looks in it. Is there any changing or not? How they were change? And how it potentially creates a symbolic world with artificial behavior that we knew as hyperreality? The research was conducted using a qualitative descriptive method, with purposive sampling, between March 2020 and August 2020 which was the initial period of pandemic quarantine. It was assume that in this period social media users started to shape their appearance on social media. Based on the results of the conducted research, three types of self-appearance emerged, they were the social interaction appearance; Personal appearance; and Busy appearance. All the types of self-appearance created a world that we knew as hyperreality. In this world, the office workers dedicated themselves to be at their best in social media appearance while the reality behavior was not always the same. It then creates a notion that social media appearance were far more important and meaningful than the everyday reality.*

*Copyright © 2022 Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi.*

---

## **PENDAHULUAN**

Tahun 2020 merupakan tahun yang berat pada jaman milenial ini. Terutama dengan datangnya wabah pandemi virus covid-19 yang menjangkiti dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang terdampak pandemi ini.

Dampak wabah covid di Indonesia mempengaruhi hampir di semua lini kehidupan warga, bukan saja dari segi kesehatan, tapi juga mempengaruhi kehidupan social, budaya, kemandirian, pendidikan hingga ekonomi. Pada sebuah penelitian tentang dampak covid pada pendidikan sekolah dasar menyatakan bahwa, banyak kendala yang terjadi seiring dengan diwajibkannya kegiatan belajar mengajar dengan sistem online. Mulai dari kendala teknologi, ekonomi, hingga gagap teknologi yang dialami baik murid, orang tua murid, hingga guru. (Purwanto, 2020)

Penelitian lain yang mengupas tentang dampak pandemic covid 19, dilakukan Dr Engkus dan tim penelitiannya, yang menyatakan bahwa langkah pemerintah yang kurang keras membuat harapan hadirnya korban covid 19 minimal akan sulit dicapai dan dampak social ekonomi yang muncul akan menjadi serius dan dalam. (Engkus, 2020).

Dari sudut pandang Ilmu Komunikasi, karena yang terdampak covid adalah manusia, maka segala perubahan yang ada pasti juga akan mempengaruhi hidup dan kehidupan manusia itu sendiri. Dalam jurnal yang disusun Candra Ari Ramdhanu, dkk menyebutkan bahwa peran keluarga memegang poin pengaruh terbesar dalam pembentukan identitas seseorang. (Ramdhanu, Sunarya, & Nurhudaya, 2019). Kehadiran sistem sosial baru dalam kehidupan seseorang, seperti keaktifan dalam suatu komunitas berperan pula dalam pembentukan identitas diri seseorang. (Lalitya &

#### **Corresponding Author:**

Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, 50196, Indonesia  
Jl. Soekarno Hatta, Tlogosari Kulon, Kec. Pedurungan, Kota Semarang, Jawa Tengah 50196  
Email: [errika@usm.ac.id](mailto:errika@usm.ac.id)

Indrayani, 2019) (Sabrina & Utami, 2019). Tentunya kondisi ini akan mempengaruhi bagaimana tampilan diri seseorang, karena jika seseorang mengalami krisis identitas maka tampilan diri melalui perilaku yang ditunjukkan dapat mengacu pada tampilan perilaku dan tindakan yang cenderung destruktif, sebagaimana yang disampaikan NurHidayah dan Huriati melalui jurnal mereka. (Hidayah & Huriati, 2016). Hal inilah yang ingin ditemukan dalam penelitian ini, Pesan dan pengelolaan pesan tersebut oleh manusia merupakan hal yang tak akan bisa dipisahkan. Bagaimana suatu pesan dikemas oleh manusia untuk disampaikan, akan dipengaruhi oleh kondisi yang sedang dialami manusia tersebut, termasuk dalam hal pengelolaan identitas diri.

Pemaparan diatas sejalan pula dengan jurnal yang ditulis Suparno, dkk dalam jurnalnya yang berjudul Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja, bahwa pengelolaan identitas diri manusia berbeda beda karena tampilan identitas seseorang dikembangkan lewat interaksi yang terjadi antara seorang individu dengan orang lain disekitarnya. (Suparno, Sosiawan, & Tripambudi, 2012).

Pembentukan identitas seseorang melalui sosial media bisa terbentuk dari penggunaan berbagai fitur yang disajikan dalam tiap platform sosial media yang ada. Pada jurnal yang disusun Muna Madrah dan Made Dwi Adnjani, menyebutkan bahwa pada facebook, pembuatan status memegang peranan penting dalam pembentukan identitas diri. (Madrah & Adnjani, 2014). Namun demikian, pembentukan identitas juga dipengaruhi oleh usia dan jender. Perbedaan usia dan perbedaan jender mampu menjadi variasi dalam gaya identitas, status identitas, dan dimensi identitas (Mutaqqin & Ekowarni, 2016).

Dalam riset awal yang dilakukan penulis pada dosen dalam suatu fakultas dari suatu universitas yang berjumlah 35 orang didapatkan data berikut:

**Tabel 1. Riset awal (Maret 2020)**

	<b>Pernah Post Kegiatan saat Daring</b>	<b>Tidak Pernah Post kegiatan saat daring</b>
<b>Laki -laki</b>	<b>35%</b>	<b>65%</b>
<b>Perempuan</b>	<b>80%</b>	<b>20%</b>

Data diatas menampilkan bahwa perempuan lebih cenderung menampilkan kegiatan daringnya melalui sosial media, dibanding laki – laki.

Dalam penelitian lain disebutkan bahwa dalam berinteraksi di sosial media, pengaruh peer group dari dunia maya memegang peranan yang lebih besar dibanding dari dunia nyata. Hasil penelitian tersebut tertuang dalam jurnal dengan judul Model Komunikasi Teman Sebaya Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja Global Melalui Media Internet, yang dipublikasikan di tahun 2017 (Dewi K & Wulan, 2017).

Kesadaran akan banyaknya perubahan yang melingkupi manusia akibat pandemi covid 19 inilah yang membuat akhirnya penelitian ini hadir sebagai respon dari asumsi peneliti karena adanya berbagai tampilan baru manusia di media sosial. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dasar pertimbangan menggunakan teori Dramaturgi dan Hiperrealitas, yang diharapkan mampu untuk menjawab keresahan yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana tampilan manusia saat ini sebagai pengguna media sosial, sebagai reaksi dampak hadirnya pandemi covid 19.

Penelitian sejenis yang pernah dilakukan terkait hiperrealitas dan dramaturgi adalah penelitian Ndinojuo, dari Nigeria dengan judul 5G, Religion, and Misconceptions in Communication during Covid-19 in Nigeria, dalam jurnal The Messenger yang menyatakan bahwa pandemi covid 19 ini mendorong manusia yang terdampak oleh pandemi untuk secara cepat menyesuaikan dengan perkembangan teknologi yang ada. Namun yang disayangkan adalah kapabilitas manusia yang terdampak tersebut ternyata belum benar benar cukup untuk menyesuaikan terpaan berbagai arus informasi yang menyertainya, yang mengakibatkan munculnya berbagai berita hoax di masyarakat. (Ndinojuo, 2020).

Penelitian lain yang juga pernah dilakukan yaitu penelitian oleh Herlinda Fitria dengan judul Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan), yang dituangkan hasilnya dalam jurnal INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi yang menampilkan bahwa dalam media sosial terjadi kasus dimana kelas sosial masyara-

kat menjadi kabur karena tampilan yang dilakukan dan diunggah penggunanya. Kasus yang ditampilkan dalam penelitian tersebut adalah fenomena unggahan makan cantik yang menjadi bagian dari tampilan status sosial tanpa adanya konfirmasi valid atas status sosial nyata dari penggunanya. (Fitria, 2015).

Berdasarkan seluruh latar belakang tersebut tulisan ini mencoba untuk mendeskripsikan tampilan diri pada era kenormalan baru akibat pandemi Covid-19.

## KAJIAN PUSTAKA

Erving Goffman menyampaikan teori tentang dramaturgi, yang dijelaskan sebagai teori kecenderungan manusia untuk mengkreasikan penampilan dirinya ketika tampak dan dilihat orang lain. Dimana tampilan ini kemungkinan berbeda dengan tampilan ketika tidak ada orang lain yang melihatnya. Goffman menyebutnya seolah manusia bermain drama, dimana tampilan yang disajikan saat ada orang lain yang melihat dianalogikan dengan tampilan, diatas panggung dan tampilan saat tidak ada orang yang melihat adalah tampilan dibalik panggung atau *backstage*. (Griffin, 2011, pp. 61-62).

Tampilan diatas panggung (*frontstage*) adalah tempat dimana kita menampilkan diri kita sebaik mungkin sesuai dengan harapan dari masyarakat yang menjadi para “penonton” kita. *Frontstage* ini umumnya adalah tempat kerja dimana kita bertemu dengan kolega, sekolah dimana kita bertemu dengan teman satu kelas, atau mungkin sekedar kafe dimana kita bertemu dengan teman dan klien kita. Diberbagai ruang publik tersebut kita dituntut untuk menjaga sikap dan tampilan diri kita seolah-olah kita ada diatas panggung dan teman, klien, atau kolega kita tadi menjadi para penontonnya.

Sementara itu *backstage* adalah tempat dimana kita bisa mundur atau melepaskan seluruh tampilan diri kita tadi untuk menjadi seseorang yang apa adanya. *Backstage* ini bisa jadi adalah rumah dimana kita bertemu dengan keluarga, ruang pertemanan dimana kita bertemu dengan sahabat yang paling kita percaya, atau mungkin kamar dimana kita akhirnya tidak lagi bertemu orang lain. Ruang-ruang tersebut dianalogikan

sebagai bagian belakang panggung dimana kita dapat bernafas lega karena yakin tidak penonton yang menyaksikan tampilan diri kita.

Goffman juga menjelaskan bahwa tampilan dramaturgi dilakukan manusia dalam mendukung interaksi sosial yang dijalaninya. Sehingga apapun yang ditampilkan seseorang atas dirinya. Pada dasarnya merupakan hasil interaksi sosial yang dijalaninya yang membawa pada tuntutan sosial terkait tampilan diri seseorang sebagai hasil interaksi yang dilakukannya. Disamping itu dengan melakukan dramaturgi seseorang akan mampu mencapai pemenuhan dirinya, yang lagi lagi masih terkait juga dengan tuntutan padanya sebagai hasil dari interaksi sosial yang dilakukannya.

Sementara itu Jean Baudrillard melalui teorinya tentang hiperrealita, menjelaskan bahwa sebenarnya dunia dan manusia pengguna media di dalamnya sedang ada pada suatu simulasi tentang realita. Dimana simulasi inilah yang pada akhirnya membentuk siapa diri manusia tersebut dan bagaimana manusia tersebut harus merespon sekitarnya, dan bahwa manusia ini sendirilah yang sebenarnya menciptakan realita yang dipahaminya.

Segala sesuatu yang dihadapi dan ditemui manusia dalam kesehariannya akan membentuk realita yang dipahami manusia tersebut. Kehadiran teknologi informasi memunculkan berbagai perkembangan di media komunikasi massa, hal ini turut menyumbang bagaimana realita kemudian dipahami oleh penggunanya. Era simulasi yang dialami manusia menjadi makin kompleks dengan adanya repetisi dari berbagai tampilan di media, ditambah lagi dengan terpaan berbagai hal lain yang dihadapi manusia, sehingga menghasilkan berbagai macam sudut pandang realita yang berbeda, yang bisa jadi realita yang dipahami manusia sebagai sesuatu yang nyata ini bukan merupakan realita yang sebenarnya, namun merupakan hasil bentukan dari interaksi yang dilakukan manusia itu sendiri dengan teknologi dan lingkungan sekitarnya. Kondisi inilah yang dikatakan simulasi realita, dimana perpaduan antara berbagai realita yang ada ini menjadikan manusia akhirnya hidup dalam hiperrealita. (Littlejohn, Stephen W.;Karen A Foss, 2011).

Baudrillard berpendapat bahwa simulasi ini

sendiri dibentuk oleh berbagai ikon atau objek yang merepresentasikan suatu makna yang semu. Baudrillard menyebut ikon atau objek ini sebagai Simulacra. Lebih jauh simulacra dapat berupa produk budaya apapun yang dapat dimaknai oleh orang lain untuk mewakili suatu objek lain, hanya saja ikon atau objek ini sudah dianggap tidak lagi sama dengan objek yang ia wakili tersebut. Anehnya dalam dunia hiperealis masyarakat tidak lagi peduli apakah ikon atau objek yang mereka konsumsi ini mewakili realitas atau tidak selama mereka merasa puas dan bahagia dengan ikon atau objek semu tersebut. Artinya dalam dunia hiperrealis ini masyarakat mengkonsumsi, mengejar, bahkan turut memproduksi berbagai realitas semu melalui simulacra.

## METODOLOGI

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan menggunakan unit analisis status pengguna sosial media di Facebook dan Whatsapp di masa pandemi covid 19, di bulan maret sampai agustus 2020, yang dipilih secara purposive sampling. Tentunya dasar dari pengaplikasian pemilihan unit analisis secara purposive sampling ini berdasarkan kegiatan yang dilakukan pengguna sosial media dalam kegiatan baru yang dilakukannya secara *work from home* selama pandemi covid-19. Dimana kriteria status yang dijadikan unit analisis adalah status status yang menunjukkan kegiatan selama *work from home*, dengan jumlah status yang terkumpul sejumlah 25 unggahan status. Status berupa foto yang terkumpul selama periode yang ditentukan berasal dari 3 akun yang berbeda.

Sumber data utama dalam penelitian ini dilakukan menggunakan dua teknik pengambilan data, yaitu melalui observasi, dimana peneliti melakukan pengamatan langsung pada akun sosial media dan wawancara, dimana peneliti melakukan wawancara kepada pemilik akun terkait hasil pengamatan yang didapatkan, sehingga bisa dilakukan konfirmasi langsung dengan pemilik akun terkait.

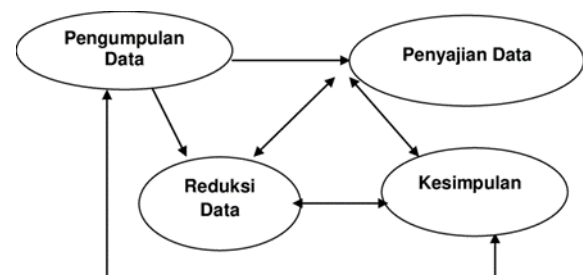
Adapun sumber data sekunder dilakukan peneliti dengan menggunakan metode studi pustaka, dimana dilakukan sttudi pada referensi terkait baik dari jurnal-

penelitian terdahulu, buku, hingga sumber terkait lainnya.

Dalam rangka memastikan agar data yang diambil valid, maka dilakukan pula triangulasi. Dalam penelitian ini dilakukan triangulasi data dan sumber. Dalam hal ini peneliti melakukan perbandingan data yang dimiliki peneliti dengan berbagai sumber yang ada, baik berupa buku, jurnal, hingga artikel media massa.

Terkait penganalisaan data, peneliti menggunakan teknik analisis interaktif milik miles dan huberman, dimana data yang dihimpun terlebih dahulu ditinjau untuk ditentukan mana data yang benar benar bisa dipakai, dan mana data yang tidak terpakai, atau yang disebut dengan reduksi data. Setelah dilakukan reduksi data, kemudian data dikelompokkan pada kategori tertentu hingga membentuk pola yang bisa dideskripsikan lebih lanjut.

Data yang terbentuk dan terkategori kemudian masuk pada penyajian data, dimana data yang tersaji akan membantu untuk mencapai langkah lebih lanjut serta kesimpulan penelitian. Pada tahap akhir tentunya dilakukan kesimpulan akhir dari penelitian yang berupa hasil penelitian atau jawaban dari permasalahan yang ingin dipecahkan oleh peneliti melalui riset yang dilakukan. Tentunya dalam proses pengambilan kesimpulan ini juga mempertrimbangkan pada teori, konsep, dan temuan terkait terdahulu.



**Bagan 1: Alur analisis Interaktif Miles dan Huberman.**

(Widodo, Suhasto, & Nugroho, 2021)

## TEMUAN DAN DISKUSI

Pada masa pandemi covid 19, tampilan dramaturgi juga muncul dalam interaksi melalui sosial media. Pengguna sosial media mencoba tetap

menampilkan dirinya semaksimal mungkin sesuai dengan apa yang diharapkan masyarakat muncul dari dirinya, sesuai perannya dan interaksi sosial yang dijalaninya.

Tampilan dalam media sosial selama pandemi tampak sejalan dengan apa yang disampaikan Goffman dalam teori dramaturginya. Ternyata dalam sosial media dimasa pandemi orang tetap berperan, dan mengelola tampilan dirinya. Terutama tampilan dirinya yang melekat pada identitas sosial yang disandangnya.



**Gambar 1: Unggahan Tentang Rapat Online**



**Gambar 2: Unggahan Tampilan Diri Rapat Online**



**Gambar 3: Unggahan Tampilan Diri Kegiatan Personal**



**Gambar 4: Tampilan Ragam Pekerjaan yang Dilakukan**



**Gambar 5: Tampilan Ragam Pekerjaan yang Dilakukan**

Berdasarkan data yang dihimpun penulis, tampilan diri dalam sosial media seseorang selain tampilan yang biasanya dilakukan ada terbagi menjadi tiga hal. Pertama adalah tampilan interaksi sosial. Hal ini tampak pada gambar 1, yang menunjukkan kegiatannya yang langsung berinteraksi dengan orang lain meskipun melalui sosial media. Tampilan rapat online tentunya menjadi bukti valid saat memang dibatasi kegiatan secara langsung, bahwa dirinya tengah berinteraksi sosial dengan orang lain. Ini artinya pengguna sosial media yang bersangkutan menunjukkan dirinya tetap terhubung dengan orang lain walaupun ditengah keterbatasan yang ada selama masa pandemi ini.

Tampilan ini belum tentu sesuai dengan tampilan sehari hari secara nyata dalam berinteraksi dengan orang lain. Pada gambar.1 tampak banyak pihak yang berinteraksi dengan individu tersebut. Namun pada kenyataannya individu yang menampilkan aktif berinteraksi dengan banyak orang ini tidak mengenal semua yang tampak di layar, dan ketika bertemu pun juga tidak melulu menyapa dan berinteraksi dengan orang – orang yang ada pada tangkapan layar dari gambar 1.

Kedua adalah tampilan diri secara personal. Hal ini tampak pada gambar 2, dimana pengguna sosial media dalam berinteraksi dengan orang lain tetap mengelola tampilannya sehingga tampil sesuai dengan tuntutan yang muncul sebagai hasil dari interaksi sosial yang dilakukannya. Penggunaan kerudung adalah hal yang berbeda dari apa yang ditampilkan dalam kenyataan, dimana pemilik akun memang tidak

berkerudung.

Tampilan personal juga bisa dilihat pada gambar 3, yang menunjukkan kegiatan personal individu yang sedang melakukan *video call* dengan keluarganya. Satu hal yang lumrah dan biasa terjadi di kehidupan nyata dengan penggunaan *smartphone*, namun tetap diunggah untuk menunjukkan kegiatan personal yang tetap berusaha diseimbangkan ditengah kesibukan pada masa *work from home*.

Sejalan dengan penjelasan poin sebelumnya, bahwa tampilan yang ada belum tentu sejalan dengan tampilan yang tampak di dunia nyata ataupun di social media lainnya. Pengelolaan tampilan yang ada pada tampilan online dimasa pandemi ini bisa benar benar berbeda dari kenyataan yang ada. Individu pelaku pengelolaan tampilan mengolah tampilannya supaya lebih mudah dan bisa diterima masyarakat online yang dihadapinya.

Penggunaan Fashion sebagai bagian dari pengelolaan tampilan diri sebagaimana temuan yang dipaparkan dalam jurnal ini, disampaikan pula dalam jurnal yang disusun oleh Dominikus Isak Petrus Berek, dalam Jurnal Interaksi, dengan judul Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya (Berek, 2014). Berek memaparkan lebih dalam bahwa fashion bahkan menjadi bagian dari aktifitas politik individu maupun kolektif yang riil divisualisasikan. Ditambahkan pula dalam jurnal yang disusun Lita Donna Elianti and V. Indah Sri Pinasti, disampaikan bahwa make up yang dipakai seseorang juga menjadi bagian dari pembentukan identitas diri seseorang tersebut (Elianti & Pinasti, 2018). Dalam penelitian ini, sebagaimana tampak pada gambar 2, fashion kerudung menjadi bagian dari pembentukan tampilan identitas tersebut. Sementara pada gambar 3, ekspresi dan *gesture* yang ditampilkan melalui tangkapan layar yang dijadikan status, merupakan bagian pengolahan pembentukan identitas personal.

Ketiga adalah tampilan kesibukan. Hal ini bisa tampak pada gambar 4, dimana pengguna sosial media menampilkan daftar pekerjaan yang dilakukannya. Disini pengguna sosial media mengelola tampilannya supaya tetap terlihat aktifitasnya yang padat ditengah keterbatasan karena adanya pandemi covid 19. Pada

tampilan ini pun juga sama, bahwa kesibukan yang seolah olah banyak sekali yang dikerjakan belum tentu sama dengan apa yang ada di kenyataan. Hal ini dimungkinkan karena individu yang bersangkutan lebih mendetailkan kegiatannya, menjadi seolah terbagi beberapa kegiatan lagi. Daftar detail kegiatan seperti ini tidak dilakukan di masa sebelum pandemi.

Hal yang hampir sama juga tampak pada gambar 5, yang menampilkan kegiatannya melaksanakan upacara bendera meski dari rumah saja dengan menghadap ke layar televisi. Dimana setelah melakukan pengambilan gambar, yang bersangkutan kemudian bisa duduk atau melakukan kegiatan lain, alih alih berdiri di depan layar TV, sebagaimana jika upacara yang sebenarnya berdiri di lapangan sepanjang upacara dilaksanakan. Disini bisa kita lihat bahwa baik gambar 4 maupun gambar 5 menampilkan status yang menunjukkan kegiatan selama *work from home*, yang memang dilakukan tapi sebenarnya tidak harus juga dibagikan ke khalayak melalui status yang dibuat. Kecenderungan membagikan status ini menampilkan kesibukan pemilik akun, yang pada akhirnya mengkonfirmasi identitas sosial di mata pengikutnya/*followernya* sebagai pribadi yang aktif dan tidak hanya bersantai di rumah.

Ketiga tampilan diatas tentunya adalah tampilan *frontstage*, yang merupakan tampilan hasil olahan yang sengaja dilakukan untuk mendukung interaksi sosial yang terjadi dalam pengguna sosial media. Adapun tampilan *backstagenya* sangat mungkin beda sebagaimana telah dijelaskan diatas, seperti interaksi sosial dengan pengguna sosial media lain yang tidak sama seperti yang ditampilkan, setidaknya intensitasnya tidak sama seperti yang ditampilkan. Dalam tampilan personal pun, dibalik tampilan dalam sosial media sangat mungkin tampilan pengguna berbeda dalam kesehariannya. Begitu juga terkait dengan kesibukan yang dilakukan, sebenarnya merupakan kegiatan yang wajar dijalani sehari hari, hanya saja dalam masa pandemi ini, kegiatan sehari-hari tersebut didata dan dijadikan dalam bentuk daftar kegiatan. Gambaran seperti inilah yang menunjukkan adanya realita yang dlebihkan yang pada kenyataannya tidak sesuai dengan realita nyata yang dilakukan pengguna internet.

Dramaturgi jelas tampak dan ditampilkan individu manusia dalam pengelolaan tampilannya di sosial media. Tujuannya tentu beragam, mulai dari yang sederhana supaya bisa diterima secara sosial, hingga sampai pada bagian dari *personal branding*. Tentu saja hal ini tidak bisa disalahkan dan wajar terjadi mengingat dalam segitiga kebutuhan manusia yang disampaikan Mead, bahwa aktualisasi diri menjadi salah satu kebutuhan tertinggi manusia. Membuat seseorang merasa dan dianggap ada di tengah masyarakat sosial yang dihadapinya.

Tampilan dalam sosial media baik secara hiperrealitas maupun dramaturgi merupakan tampilan yang wajar muncul dari seorang manusia. Hal ini terjadi karena dalam diri seorang manusia sebagai makhluk sosial melekat suatu peran tertentu yang perlu untuk tetap diolah dan dikelola supaya tetap sesuai dengan tampilan pemenuhan diri yang diharapkannya dan sesuai pula dengan harapan yang diinginkan orang lain disekitarnya

Kenyataan yang ada ini menunjukkan bahwa entah dimasa pandemi ataupun bukan pandemi, baik secara nyata maupun melalui sosial media, pengelolaan tampilan yang dilakukan manusia tetaplah sama. Bahwa dimanapun manusia berada dan dalam kondisi bagaimanapun, manusia tetap memiliki kebutuhan untuk mengelola tampilan dirinya sebagai efek dari manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan salah satunya penerimaan sosial.

Sementara itu pandemi ini juga memaksa manusia yang terdampak di dalamnya untuk menjalani revolusi penggunaan media informasi. Akibatnya dalam penggunaan media informasi banyak yang terdampak mengalami gagap teknologi, yang dalam manifestasinya ada yang menjadi euphoria, hingga akhirnya menampilkan melalui sosial media yang dimiliki tampilan yang tidak sepenuhnya sama dengan realita yang dijalaninya.

Gambar 1 menjelaskan dimana realita tentang rapat yang diadakan dalam organisasi tempat individu yang bersangkutan bekerja seakan menjadi hal yang begitu luar biasa, dan menjadi keharusan untuk dipublikasikan agar orang lain tahu. rapat online sebenarnya bukanlah sesuatu yang luar biasa untuk bisa dipamer-

kan, karena di masa pandemi ini hal tersebut merupakan kegiatan yang diharuskan mengingat tidak bisa bertemu secara langsung.

Makin banyaknya unggahan sebagaimana tergambar pada gambar 1, bukan hanya dilakukan oleh 1 atau 2 orang pengguna sosial media, namun banyak pengguna. Kondisi ini menyebabkan mereka yang tidak melakukannya atau tidak mengunggahnya seolah menjadi kelompok minoritas yang tertinggal, sebagaimana pernyataan salah satu pengguna sosial media dalam wawancara yang dilakukan bahwa dirinya merasa kurang update kalau tidak mengunggah hal atau kegiatan terkait kegiatan selama masa karantina pandemi covid 19.

Realita ini menggambarkan bagaimana hiperrealita dalam sosial media menjadi semakin kuat, karena tampilan yang ada dalam sosial media menunjukkan kegiatan yang sama, sehingga mereka yang tidak melakukan kegiatan tersebut menjadi kaun liyan. Dan seolah kegiatan tersebut menjadi realita yang harus dilakukan oleh orang yang ada dalam masa karantina pandemi covid 19 padahal masih banyak kegiatan lain yang dilakukan dalam masa karantina pandemi covid 19 ini.

Gambaran yang serupa juga dilakukan oleh pengguna sosial media yang lain sebagaimana bisa dilihat pada gambar 2 dan 3. Tampilan gambar 2 menunjukkan aktivitas keikutsertaan pengguna sosial media yang lainnya pada acara rapat online, yang pada realitanya pengguna tersebut tidak 100% mengikuti rapat online tersebut. Begitu juga gambar 3, dimana menampilkan kegiatan personal yang sebenarnya sangat wajar sekarang dilakukan di era *smartphone*, namun tetap dijadikan status, untuk menunjukkan kehidupan personal pribadinya, walaupun sebenarnya hal tersebut sifatnya pribadi, namun tetap diunggah sebagai status agar memenuhi tampilan personalnya sebagai sosok ibu rumah tangga yang menyeimbangkan kegiatannya dengan kegiatannya sebagai wanita karir.

Hal – hal yang coba ditampilkan oleh pengguna media sosial, banyak yang tidak sejalan dengan realita, bahkan dilebihkan. Pada masa normal, pengguna media sosial pada gambar 2 tidak menggunakan kerudung dalam kegiatan sehari hari. Namun untuk keperluan

tampilan saat rapat online, pengguna media sosial tersebut menggunakan kerudung dalam upaya mempermanis tampilannya.

Hiperrealitas tampak pada tampilan gambar 2 diatas mengingat apa yang ditampilkan sudah dilebihkan dari realita yang ada. Tampilan diri disolek sedemikian rupa sehingga menjadi tampak beda dari yang lain dan akan mendapatkan perhatian lebih. Tampilan ini sengaja dilakukan dengan kesadaran penuh oleh pemilik akun atau pengguna media sosial pada gambar 2. Begitu juga pada gambar 3, yang dengan kesadaran penuh membuat status di sosial mediana dengan menampilkan kegiatan personal dalam keluarganya.

Sebagaimana yang bisa dilihat pada gambar 4, tampak bahwa pengguna sosial media tersebut menampilkan daftar pekerjaan apa saja yang telah dilakukannya. Hal ini seolah menggambarkan bahwa meskipun di masa pandemi, dan harus bekerja secara online, pengguna sosial media tersebut tetap memiliki kesibukan yang banyak dan mampu diselesaikan dengan baik. Begitu juga pada gambar 5, pengguna sosial media mengunggah kegiatan upacara di rumah, meski setelah mengambil gambar tersebut yang bersangkutan tidak mengikuti upacara dengan cara sepanjang upacara berdiri di depan layar TV.

Pada masa normal tampilan daftar pekerjaan yang dilakukan tersebut tidak dilakukan, karena apa yang dilakukan dianggap merupakan hal yang biasa dilakukan sesuai tugas dan tanggung jawab pekerjaan yang dijalannya. Hiperrealitas tampak disini yang mengkondisikan seolah kesibukan yang tinggi telah dilakukan, padahal secara realita apa yang dilakukan merupakan hal yang biasa menjadi tugas, kegiatan dan tanggung jawab pengguna sosial media tersebut.

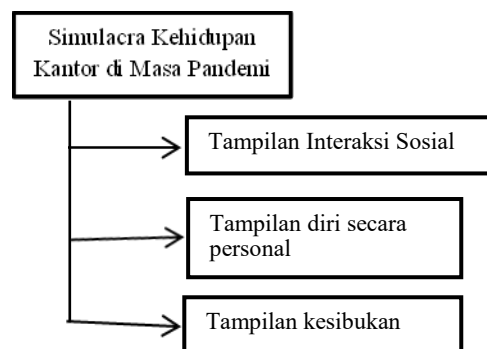
Pengelolaan identitas diri memang sangat wajar dilakukan, apalagi melalui sosial media yang memberikan kebebasan bagi penggunaanya untuk membentuk dirinya sebagaimana yang diinginkannya. Hal ini sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan Maulina dan Mutaqin yang termuat di jurnal Interaksi dengan judul Citra Politik Prabowo-Sandi Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 Di Akun Media Sosial Instagram, bahwa untuk kepentingan politik

seorang individu juga mengalami pembentukan citra dirinya melalui sosial media. Dalam jurnal yang disusun Maulina dan Mutaqin ini dikatakan pembentukan citra muncul dari penampilan diri, pembentukan personality, serta penyampaian pesan kunci politik, yang disampaikan melalui akun instagram (Maulina & Mutaqin, 2020).

Sebagaimana konsep disrupsi informasi yang banyak dibicarakan di dunia ilmu komunikasi pada khususnya dan ilmu sosial pada umumnya. Gambaran penjelasan diatas menunjukkan ada disrupsi yang hendaknya cukup jadi perhatian, terutama di era pandemi ini. Walaupun penyimpangan tampilan informasi memang sengaja dilakukan dan dianggap menjadi hal yang wajar dilakukan, namun jika tidak sesuai dengan porsinya, apa yang ditampilkan tersebut bisa menjadi sangat mengganggu. Membuat mendadak banyak muncul pakar-pakar baru yang belum teruji tingkat kepakaranannya, membuat tiba-tiba banyak muncul selebritis sosial media tanpa kejelasan muatan positif apa yang ditawarkan, selain sekedar mengunggah konten yang mengarah pada sensasi.

Menghadapi beranekanya tampilan diri pengguna sosial media saat pandemi ini. Butuh kiranya penyadaran dan edukasi pada pengguna sosial media secara luas, khususnya di Indonesia, bahwa tampilan di media belum tentu adalah tampilan yang sebenarnya. Apa yang muncul dalam media merupakan hasil pengolahan sedemikian rupa oleh pemilik akun, sesuai dengan apa yang ingin ditampilkannya. Realitanya, tampilan yang ada bisa berbeda 180 derajat dengan apa yang bisa dilihat di sosial media.

#### Hiperealitas Kehidupan Kantor Semasa Pandemi



**Gambar 6. Diagram hiperealitas kehidupan kantor di masa Pandemi Covid 19**



Tampilan tampilan pengguna sosial media yang mengunggah aktifitas onlinenya selama masa pandemi membawa pada realitas semu bahwa yang menjadi normal adalah tetap menjalani kesibukan saat pandemi. Namun ini hanya berlaku bagi mereka yang mendo kumentasikan kegiatannya. Mereka yang tidak sempat atau tidak memiliki akses untuk mendokumentasikan kegiatannya selama masa pandemi menjadi pihak yang seolah hanya diam tanpa melakukan apa apa, padahal sebenarnya mereka pun memiliki kesibukan yang sama atau bahkan lebih selama masa pandemi covid 19 ini.

Sebagaimana jurnal dari Muttaqin dan Ekowarni, tampak bahwa pengelolaan tampilan di sosial media lebih banyak dilakukan oleh perempuan. Hal ini sejalan dengan *Genderlact style* dimana perempuan lebih detail dalam membentuk tampilan dirinya, agar mudah diterima oleh yang dituju, dimana sebaliknya laki – laki lebih cenderung menampilkan dirinya langsung apa adanya. Perbedaan karakter dari teori yang disampaikan Deborah Tannen ini, relevan untuk melihat fenomena mengapa jender perempuan tampak lebih ekspresif dan lebih aktif dalam mengelola tampilan dirinya, dengan tujuan untuk lebih bisa diterima khalayak sasaran yang melihat tampilan dirinya. (Encyclopedia of Management Theory, 2013, pp. 308-309).

Jika dikaitkan dengan Simulacrum dan simulacra yang diusung Jean Baudrillard, pembentukan identitas yang dilakukan seseorang besar kaitannya dengan usahanya untuk mencapai kepuasan yang diinginkannya. Para pengguna sosial media yang mengelola tampilan dirinya di sosial media tidak lagi melihat dan memperdulikan apakah tampilan dirinya mewakili realitas yang ada atau tidak, namun lebih pada berjuang mencapai kepuasannya diantaranya membentuk tampilan diri sebagaimana yang diharapkan untuk dilihat oleh orang lain melekat pada dirinya.

## KESIMPULAN

Masa pandemi covid 19 memang menuntut pembatasan ruang gerak manusia untuk bisa berinteraksi secara langsung. Pada masa pandemi covid 19 ini media sosial menjadi sarana yang cukup efektif

untuk menggantikan interaksi yang terhambat selama pandemi covid 19.

Wujud tampilan diri yang dikelola melalui media sosial selama masa pandemi terbagi menjadi tiga perwujudan, yaitu pertama tampilan interaksi sosial, kedua tampilan diri secara personal, dan ketiga tampilan kesibukan.

Tampilan yang muncul di sosial media tersebut, pada dasarnya juga dilakukan secara interaksi nyata langsung diluar pandemi. Namun menjadi realita yang dikemas karena pada sosial media kegiatan dan tampilan yang sebenarnya biasa menjadi tampak luar biasa karena kegiatan kegiatannya terdaftar. Hal inilah yang kemudian menjadikan tampilannya menjadi hiperrealitas karena sebenarnya tidak selalu sesuai dengan kenyataan yang berjalan.

Realita di masa pandemi ini menjadi hal yang memang perlu diperhatikan, apalagi akses ke dunia maya pun bisa dengan mudah diakses oleh anak kecil, yang memiliki orang tua yang tidak terlalu memperhatikan konten apa sajakah yang diakses anaknya yang belum tentu tampilan hal yang positif untuk tumbuh kembang anak.

Kedewasaan berinternet pun juga hendaknya perlu terus ditingkatkan dikalangan pengguna internet secara umum. Hal ini penting mengingat pandemi covid-19 ini memang terjadi secara mendadak, dimana dalam waktu singkat individu dipaksa untuk mahir menggunakan internet dengan segala macam tools yang dibutuhkan untuk melengkapi dan mendukung kegiatannya yang dipaksa untuk terhenti secara interaksi di dunia nyata, digantikan dengan interaksi di dunia maya. Warga pengguna internet seolah mengalami revolusi pengetahuan berinternet, dari yang kebanyakan sekedar untuk mengisi waktu luang, menjadi kegiatan yang utama dilakukan. Tentunya wajar jika terjadi gegar pengetahuan dan kesadaran berbagi informasi melalui internet, apalagi dalam hal penggunaan sosial media.

Gagap teknologi membuat orang sulit mencerna informasi yang diterimanya. Terutama bagi pengguna awal, serta pengguna teknologi yang tergolong usia dini dan lanjut usia. Untuk itulah peran para aktivis

sosial media yang sebelumnya sudah bergerak, peran institusi pendidikan, peran pemerintah serta pihak terkait dibutuhkan untuk bersinergi dengan baik. Tujuannya tentu saja untuk meningkatkan kedewasaan dalam penggunaan internet. Bahwa konten yang ditampilkan di hadapannya merupakan hal yang sudah diolah dan dikelola sedemikian rupa oleh pemberi informasi, demi memperoleh kesan atau reaksi yang menariknya sesuai dengan yang diharapkannya.

Tanpa adanya gerakan dari mereka yang lebih fasih menggunakan internet serta mereka yang lebih melek media, ditakutkan kesenjangan dalam penggunaan sosial media dan proses pertukaran informasi yang ada di dalamnya makin melebar. Mereka yang belum melek media akan terus memahami tampilan secara sama dengan kesalahan pemahaman yang mereka hadapi saat ini. Hal inilah salah satunya yang kemudian menyebabkan adanya banyak hoax atau dipercayanya hoax pada masyarakat Indonesia. Karena hoax tersebar dan dipercaya, selain karena adanya niat penyebarannya, namun juga karena terkait kurang teredukasinya pengguna internet.

Pendampingan dan sosialisasi dewasa ber-internet yang melalui berbagai cara yang mampu menjangkau khalayak sasaran perlu secara intens dilakukan, apalagi pandemi covid -19 ini ternyata setelah satu tahun berjalan belum juga berakhir. Perlu juga diingat, bahwa gagap teknologi bukan hanya karena terlambat mengakses, namun juga karena kurangnya dukungan lingkungan sekitar pada kedewasaan berinternet, serta faktor ekonomi. Kenyataannya alasan ekonomi memang saat ini menjadi masalah apalagi di tengah pandemi yang sedang berlangsung ini. Karena dari masalah ekonomi yang ada akses ke teknologi pun juga mengalami keterbatasan. Hal ini juga perlu menjadi perhatian pihak – pihak terkait.

Peran jender ternyata juga mempengaruhi penggunaan teknologi informasi lewat internet dan tampilan diri seseorang melalui internet. Perempuan dikatakan lebih aktif dan lebih ekspresif dalam membentuk dirinya, sehingga dinamika pengguna internet perempuan menjadi lebih kompleks. Dalam penelitian ini, tampak menunjukkan buktinya, dimana memang perempuan lebih dominan dalam upaya

membentuk tampilan diri guna mendapatkan penerimaan diri dan mencapai kepuasan dirinya. Namun satu hal yang perlu diteliti lebih dalam adalah bagaimanakah perubahan dinamika yang terjadi pada jender laki-laki. Pada penelitian lebih lanjut mungkin sudut pandang ini bisa menjadi bahan kajian lebih lanjut, guna melengkapi temuan yang sudah ada.

## DAFTAR PUSTAKA

- Encyclopedia of Management Theory*. (2013). United States: Sage Publishing.
- Agus Purwanto, d. (2020 ). Studi Eksploratif Dampak Pandemi Covid 19 Terhadap Proses Pembelajaran Online di Sekolah Dasar. *EduPsyCouns* , 2(1), 1-12. <https://ummaspul.ejournal.id/EdupsyCouns/article/view/397>
- Berek, D. I. P. (2014). Fashion Sebagai Komunikasi Identitas Sub Budaya (Kajian Fenomenologis terhadap Komunitas Street Punk Semarang). *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 55-66. <https://doi.org/10.14710/interaksi.3.1.56-66>
- Soedarsono, D. K., & Wulan, R. R. (2017). Model Komunikasi Teman Sebaya Dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja Global Melalui Media Internet. *Jurnal ASPIKOM*, 3, 446-456. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i3.172>
- Elianti, L. D., & Pinasti, V. I. S. (2018). Makna Penggunaan Make Up Sebagai Identitas Diri (Studi Mahasiswi Universitas Negeri Yogyakarta). *E-Societas: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 7(3), 1-18. <http://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/12536>
- Engkus, E., Suparman, N., Sakti, F. T., & Anwar, H. S. (2020). *Covid-19: Kebijakan mitigasi penyebaran dan dampak sosial ekonomi di Indonesia*. UIN Sunan Gunung Djati, Administrasi Negara. Bandung: LP2M UIN Sunan Gunung Djati.
- Fitria, H. (2015). *INFORMASI Kajian Ilmu Komunikasi*, 87-100.

- Griffin, E. (2011). *A First Look At Communication Theory* (Vol. 8th). New York: McGraw-Hill.
- Hidayah, N., & Huriati. (2016). Krisis Identitas Diri Pada Remaja. *Sulesana: Jurnal Wawasan Keislaman*, 10(1), 49-62. <https://doi.org/10.24252/.v10i1.1851>
- Lalitya, A., & Indrayani, H. (2019). Pembentukan Identitas Diri Pada Komunitas Light Galaxy di Semarang. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 176-189. <https://doi.org/10.33633/ja.v2i2.2712>
- Littlejohn, Stephen W.; Karen A Foss. (2011). *Theories Of Human Communications*. Illinois: Waveland Press Inc.
- Madrah, M., & Adnjani, M. D. (2014). Identitas Diri Remaja Melalui Status Sosial Facebook. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 4(2) 181-198. <http://dx.doi.org/10.30659/jikm.4.2.181-198>
- Maulina, P., & Muttaqin, M. (2020). Citra Politik Prabowo-Sandi Dalam Pemilihan Presiden (Pilpres) 2019 Di Akun Media Sosial Instagram. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 40-50. <https://doi.org/10.14710/interaksi.9.1.40-50>
- Mutaqqin, D., & Ekowarni, E. (2016). Pembentukan Identitas Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 43(3) 231-247. <http://dx.doi.org/10.22146/jpsi.12338>
- Ndinojuo, B.-C. E. (2020). 5G, Religion, and Misconceptions in Communication during Covid-19 in Nigeria. *The Messenger*, 12 (2), 97-110. <http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v12i2.2282>
- Ramdhanu, C. A., Sunarya, Y., & Nurhudaya. (2019). Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Identitas Diri. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research*, 3 (1), 7-17. [https://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative\\_counseling/article/view/380](https://journal.umtas.ac.id/index.php/innovative_counseling/article/view/380)
- Sabrina, D., & Utami, L. S. (2019). Pembentukan Identitas Diri Para Pelaku Cover Dance K-Pop di Jakarta. *Koneksi*, 3 (2), 351-357. <http://dx.doi.org/10.24912/kn.v3i2.6391>
- Suparno, B. A., Sosiawan, E. A., & Tripambudi, S. (2012). Computer Mediated Communication Situs Jejaring sosial dan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10 (1), 85-102. <https://doi.org/10.31315/jik.v10i1.88>
- Widodo, N. M., Suhasto, I. N., & Nugroho, S. W. (2021). Village Potensial Mapping To Initiate Establishment of BUMDes in Indonesia. *ICONEBS 202* (pp. 628-629). Madiun: EAI Publishing. <http://dx.doi.org/10.4108/eai.4-11-2020.2304541>