

**MEDIA SOSIAL: HIPERREALITAS DAN SIMULACRA
PERKEMBANGAN MASYARAKAT ZAMAN NOW DALAM
PEMIKIRAN JEAN BAUDRILLARD**

Minan Jauhari

Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah IAIN Jember
minanjauhari78@gmail.com

Abstract

This article provides affirmation or perhaps just an option in understanding the development of society today, some people call it a society of the era now that is identified with the informative society. It was acknowledged that the development of communication technology led to the use of social media that was quite massive, so that this technology was able to bring about the development of positive community actions and could accelerate the development of changes. However, some people understand that the development of this technology actually also brought the public to use social media to be alienated to him. No wonder the political style, social style, culture, and even various patterns show a more contemporary style. On this basis, this article provides an alternative to understanding critically the development of society nowadays which is identified as an information society. Is Jean Baudrillard, a post-structuralism thinker who first mentioned the existence of virtual possibilities in social media. So that the thoughts about Simulacra and Simulation that have been presented, are intended to be able to parse critically about the development of today's society.

Keywords: *Social Media, Hyperreality, Simulacra, Now Society.*

Pendahuluan

Adalah fenomena yang tidak bisa disangkal lagi yaitu perkembangan teknologi komunikasi ditengah masyarakat hari ini, tak heran jika perkembangan teknologi komunikasi ini membawa masyarakat pada sistem jaringan yang cukup kuat. Fenomena ini memperkuat argumentasi Manuel Castells tentang adanya masyarakat jaringan (*network society*) yang juga tergambar di lingkungan masyarakat hari ini. Castel menyebut perkembangan masyarakat dipengaruhi oleh perkembangan informasi dan teknologi. Kehadiran *network*

memungkinkan arus komunikasi berjalan kearah mana saja dan pada level struktur dimanapun tanpa perlu dimediasi atau diwakilkan.¹ 'Era informasi' atau 'masyarakat baru' yang telah diwujudkan melalui pembangunan jaringan (*Didukung oleh Teknologi informasi dan komunikasi*) cenderung memberikan prioritas untuk *information flows*. Meskipun Castells tidak secara gamblang mengusulkan kehadiran sebuah 'masyarakat informasi'. Namun dalam pandangannya semua masyarakat memiliki informasi yang digunakan.²

Perkembangan teknologi komunikasi juga menjadikan sebab berkembangnya penggunaan sarana media yang cukup mendasar ini, pengguna dihadapkan banyak pilihan untuk dapat menyampaikan/mengakses informasi baik melalui media konvensional seperti media cetak maupun media elektronik dan yang paling berkembang adalah media sosial. Perusahaan global yang berbasis *new media* dan *commerce oriented* seperti *Google, Facebook, Twitter, Yahoo, Blogger* dan sederet korporasi media sosial lainnya telah menjadi korporasi perubahan yang mentransformasi gagasan dan informasi sampai pada tahap mengubah paradigma masyarakat dalam berinteraksi dan mendorong terjadinya perubahan. Dunia internet yang selama ini dikatakan "maya" telah berevolusi menjadi dunia yang *real* di tangan jejaring sosial. Hadirnya media sosial yang dijumpai *cyberspace* telah membentuk perilaku tersendiri. *Facebook, BBM, Google, Blog dan Twitter*, dalam waktu relatif singkat menjadi ruang raksasa yang menampung segala macam informasi, protes dan kritik hingga tuntutan revolusi dari masyarakat.

Internet bukan lagi sekedar dunia maya, tetapi mentransformasi berbagai protes, kritik dan kekecewaan tersebut ke dalam dunia nyata. Bisa dalam bentuk apatisme terhadap politik, gerakan sosial, hingga tuntutan revolusi. Internet akan menjadi agen perubahan sosial di tangan generasi muda, di Indonesia khususnya. Menggunakan Internet dan media sosial sebagai platform interaksi, generasi muda Indonesia bisa dengan mudah membentuk kelompok untuk mengusung gagasan perubahan. Jejaring sosial seperti *facebookers* ini sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi di bidang

¹Lihat lebih lanjut Rahma Sugihartati, *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer* (Jakarta: Kencana Prenada Median Group, 2014), 61.

²Geoffrey Glass (2015) "Manuel Castells's Network Society" dalam <http://www.geof.net/research/2005/castells-network-society> diakses pada 13 Januari 2018 pukul 19.50 WIB

komunikasi sangat mempengaruhi perubahan sosial. Adapun penggunaan media sosial saat ini telah merambah hampir semua lapisan dan golongan masyarakat. Praktiknya pengguna sosial media saat ini bebas membuat pesan, melakukan editing, mengkreasi tulisan, merekayasa gambar dan video, desain grafis dan sebagainya. Semua kegiatan itu dapat dilakukan oleh masing-masing masyarakat meskipun tanpa bantuan orang lain.

Atas dasar “efektif dan efisiensi selanjutnya menjadikan sebab berkembang pesatnya media sosial bagi masyarakat zaman sekarang. Penggunaan media sosial ini menghasilkan tindakan-tindakan yang bernilai positif dan bisa mengangkat percepatan pengembangan perubahan masyarakat yang lebih baik. Namun demikian penggunaan media sosial yang cukup massif, juga bisa berdampak pada tumbuhnya persoalan-persoalan sosial yang baru. Dalam kata lain perkembangan penggunaan media sosial ini menghantarkan pada wajah-wajah baru masyarakat yang nota benanya sebagai masyarakat berbangsa maupun masyarakat beragama. Corak politik, corak budaya, bahkan corak agamapun memiliki corak yang lebih kekinian. Atas hal inipula beragam persoalan politik, persoalan budaya maupun persoalan keagamaan mewarnai ruang-ruang media sosial. Semisal dibidang sosial dan budaya, masyarakat sudah jarang berkomunikasi dengan lingkungan sekitar, sekadar antri di loket-loket pelayanan masyarakat masing-masing disibukkan dengan tentengan *smartphonanya* tanpa memperdulikan orang-orang sekitarnya, bahkan banyak orang yang kita lihat termasuk teman sekantor kita pekerjaannya tidak selesai bahkan terbengkalai karena sibuk berkomentar atau memberikan komentar-komentar melalui *facebook*, yang sebenarnya tidak terlalu bermanfaat untuk dirinya.

Adalah Jean Baudrillard, seorang pemikir *post-strukturalisme* yang kali pertama menyebut adanya kemungkinan-kemungkinan virtual dalam media sosial. Sehingga pemikiran tentang *Simulacra and Simulation* yang telah dilonarkan, dimaksudkan dapat mengurai secara kritis tentang perkembangan masyarakat zaman now, Baudrillard mengembangkan teori yang berusaha memahami sifat dan pengaruh komunikasi massa. Ia mengatakan media massa menyimbolkan zaman baru, bentuk produksi dan konsumsi lama telah memberikan jalan bagi semesta komunikasi yang baru, dunia yang dikonstruksi dari model atau simulacra. Sejak jaman Renaissance hingga kini

telah terjadi tiga kali revolusi simulacra, yaitu counterfeit, production dan simulation, yang merupakan nama yang berbeda untuk arti yang sama yaitu, imitasi atau reproduksi dari image atau obyek.

Realitas Media Baru

Dalam konteks perkembangan media, hari ini banyak diwarnai oleh perilaku manusia yang menunjukkan layanan yang cukup massif. Bahkan perkembangan teknologi informasi yang ditandai dengan menjamurnya berbagai layanan aplikasi media sosial seperti Facebook (FB), Whatsapp (WA) Twitter, Line, Instagram dan lainnya, tentunya layanan ini berkembang dan berlomba untuk selalu dapat menyajikan berbagai fasilitas kecepatan informasi. Media sosial tidak hanya dijadikan sebagai sarana komunikasi antar individu maupun kelompok, tetapi perkembangannya banyak penyalahgunaan fungsi dan tujuan adanya media sosial, seperti media penyebaran berita palsu maupun hoax. Warna kehidupan bersosial-pun menunjukkan adanya realitas baru.

Media Sosial bukan lagi sekedar dunia maya, tetapi mentransformasi berbagai protes, kritik dan kekecewaan tersebut ke dalam dunia nyata. Bisa dalam bentuk apatisme terhadap politik, gerakan sosial, hingga tuntutan revolusi. Internet akan menjadi agen perubahan sosial di tangan generasi muda, di Indonesia khususnya. Menggunakan Internet dan media sosial sebagai platform interaksi, generasi muda Indonesia bisa dengan mudah membentuk kelompok untuk mengusung gagasan perubahan. Jejaring sosial seperti *facebookers* ini sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi di bidang komunikasi sangat mempengaruhi perubahan sosial. Adapun penggunaan media sosial saat ini telah merambah hampir semua lapisan dan golongan masyarakat. Praktiknya pengguna sosial media saat ini bebas membuat pesan, melakukan editing, mengkreasi tulisan, merekayasa gambar dan video, desain grafis dan sebagainya. Semua kegiatan itu dapat dilakukan oleh masing-masing masyarakat meskipun tanpa bantuan orang lain.

Semisal dalam memahami agama, ruang-ruang media sosial banyak dijejali dengan pesan-pesan keagamaan yang bisa dinilai dapat memicu pada persoalan bahkan arus informasi ini menjadi polemik tersendiri ditengah arus besar globalisasi Karena keterbukaan ruang bagi siapa saja untuk me-

nyampaikan pesan-pesan keagamaan juga memungkinkan adanya pesan-pesan kebohongan melalui postingan-postingan yang tidak bertanggungjawab di sejumlah media-media sosial. Akibatnya seolah Islam hanya ditampilkan sebagai entitas yang melawan dan seram. Yang sesungguhnya Islam Indonesia adalah Islam Nusantara yang moderat, Islam yang tasamuh, tawasut, tawazun dan i'tidal. Dalam konteks persoalan ini Menteri Agama RI, Lukman Hakim Saifuddin dalam kesempatan Orasi ilmiah yang gelar di kampus IAIN Jember³, sempat mewanti wanti kalangan akademisi agar selalu waspada pada setiap informasi yang diterima dari sejumlah media sosial. Apalagi ancaman nyata masyarakat Indonesia adalah Globalisasi Informasi, lebih-lebih informasi Hoax, propoganda, provokasi dan penghasutan. Dikhawatirkan, masyarakat dengan mudah akan dapat dipecah belah oleh postingan-postingan yang tidak kredibel. Karenanya menjadi masyarakat Indonesia, haruslah kritis, sehingga masyarakat dapat menguji validitas informasi baik pada pewartanya maupun contennya.

Realitas serupa juga dilihat pada pesan-pesan politik belakangna ini, semisal kasus mundurnya Azwar Anas dari pencalonan gubernur Jatim disinyalir karena adanya gambar dan pesan yang dinilai kurang pantas menjadi viral diruang-ruang media sosial, fenomena itu mengakibatkan Bupati Banyuwangi Abdullah Azwar Anas yang telah mencalonkan dirinya sebagai calon wakil gubernur terpaksa harus menjelaskan keputusannya mundur dari kancah pilkada jatim, dihadapan ratusan perempuan yang terdiri dari anggota Dharma Wanita Kabupaten Banyuwangi, Aisyah, Muslimat NU, Fatayat NU, PWRI, Kaukus Perempuan Banyuwangi dan organisasi perempuan lainnya, Anas didampingi istrinya, Ipuk Fiestiandani. Anaspun dengan tegas harus mengatakan keputusannya mundur adalah demi kepentingan yang lebih besar, yaitu agar Jawa Timur segera kembali produktif dengan ide-ide segar tentang pembangunan, dan tidak masuk ke isu-isu tidak jelas yang selama ini beredar di masyarakat melalui media sosial.⁴

Realitas media sosial yang banyak dijejali oleh berita-berita hoax ten-

³“Kampanyekan Islam Promotif, No Islam Konfrontatif”, *Newsletter IAIN Jember*, Edisi 15 (2017), 20.

⁴<http://regional.kompas.com/read/2018/01/09/18091021/di-hadapan-ibu-ibu-anas-jelaskan-keputusannya-mundur-dari-pilkada-jatim>.

tunya memberikan petunjuk tentang adanya realitas baru diruang-ruang media sosial, pembentukan opini tanpa didukung oleh kebenaran data menjadi hal yang lumrah. Sesungguhnya bisa diketahui bahwa upaya membentuk opini lewat media sosial tanpa fakta pendukung ini lazim disebut *post truth*, alias pascakebenaran. Seperti disebutkan oleh Ibnu Hamid⁵ muncul akibat perebutan pengaruh satu-dua pihak yang berkepentingan. Targetnya, 'fakta' yang dihasilkan dari konsep tersebut bisa diterima dengan mudah oleh publik karena lebih menguras sisi rasionalitas, bukan fakta lapangan. Ibnu Hammad menyebut, setidaknya ada tiga elemen yang melahirkan tren *post-truth*⁶ di tengah masyarakat. Pemilihan muatan wacana menjadi faktor pertama yang memberikan pengaruh. "Wacana dalam *post-truth* didedikasikan untuk mengaduk-aduk emosi sebanyak mungkin audiens," tulis Ibnu. Elemen *kedua*, pemilihan tanda. Perkara ini bisa saja meliputi bentuk kata yang digunakan, istilah, simbol, frasa, slogan, termasuk ukuran, tipe, dan warna. *Ketiga*, penonjolan, yakni wacana itu sebisa mungkin sampai ke audiens melalui langkah-langkah secara simultan: memperbesar peluang untuk diakses (*opportunity to access/OTA*), peluang untuk dibaca (*opportunity to read/OTR*), peluang untuk diingat (*opportunity to memorize/OTM*) dan peluang untuk dibagi (*opportunity to share/OTS*). Tren pascakebenaran memang tidak terbangun secara alamiah. Tapi, tidak mudah juga menemukan hulu tempat fenomena ini bermula. Satu hal yang paling bisa melawan gelombang di jagat maya ini adalah kesadaran kritis dari masyarakat itu sendiri.

Karakteristik Media Sosial

Karakteristik yang dimiliki oleh media sosial berbeda dengan media massa tradisional. Dengan tingkat keterjangkauan yang besar serta tidak terhalang oleh ruang dan waktu. Media sosial memiliki banyak kelebihan. Kelebihan ini sebagian karena karakteristik media sosial sebagai media yang ber-

⁵Disebutkan secara rinci oleh seorang Guru besar Ilmu Komunikasi FISIP UI Ibnu Hamad dalam tulisan opininya yang berjudul *Kritik Post Truth*, dimuat di *Media Indonesia* pada 7 Juli 2017.

⁶Istilah ini pun terbilang anyar. Kamus *Oxford* bahkan baru memasukan lema ini pada 2016 lalu. Kata *post-truth* dianggap menjadi pilihan tepat bagi negara-negara seperti Amerika Serikat (AS) dan Inggris yang kala itu tengah merasa diancam perpecahan akibat lebih mendahulukan emosi dibanding fakta.

ada dalam ruang digital. Nassrulloh⁷ menyebutkan, media sosial sebagai media baru (new media) memiliki karakteristik sebagai berikut: *Network*, Terhubung dengan jaringan yang tidak terbatas pada satu wilayah geografis. Melalui media sosial, Publik Relation dapat terhubung tanpa terhalang oleh ruang dan waktu selama Publik terkoneksi dengan jaringan internet. Melalui media sosial, pihak perusahaan/lembaga dapat selalu terkoneksi dengan publiknya; *Information*, Sifatnya yang multimedia, Publik relation dapat menyampaikan informasi secara cepat dalam berbagai bentuk, baik teks, foto, audio, atau pun bentuk audio visual dan teks secara bersamaan.

Melalui media sosial, pengguna media dapat dengan cepat dan melakukan pembaharuan penyampaian informasi. Di samping itu, saat menyampaikan informasi dapat langsung berinteraksi secara langsung; *Interface*, Merupakan perangkat penerjemah saat berhubungan melalui computer. Melalui karakter ini pengguna media dapat mencitrakan diri dan semaksimal mungkin; *Archive*, File dan berbagai dokumen infotmatif yang pernah dipublikasikan di media sosial dapat tersimpan walaupun sudah bertahun-tahun selama servernya masih berfungsi. Hal ini memungkinkan publik dapat mengakses berbagai informasi masa lalu yang masih dibutuhkan; *Interactivity*, Mendorong pelaku media sosial untuk berkomunikasi secara interaktif. Pengguna media sosial yang menjadikan media sosial sebagai alat komunikasi dapat berinteraksi untuk membangun saling pengertian secara langsung secara intensif; *Simulation*, Melalui media sosial, pengguna media sosial dapat melakukan rekayasa positif dengan maksimal bagaimana mencitrakan dirinya, baik melalui teks, grafis, ataupun audio visual.

Masyarakat Zaman Now

Era globalisasi menjadi era di mana manusia diberikan kemudahan untuk melihat luasnya dunia. Perkembangan tersebut tidak hanya diikuti oleh Negara tertentu saja, tetapi hampir seluruh dunia telah merasakan era serba canggih tersebut. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi banyak diikuti oleh masyarakat. Perangkat teknologi informasi dan komunikasi bukan lagi barang yang sulit untuk diperoleh. Di Indonesia, pe-

⁷Mengadaptasi dari Nasrullah (2012), 72.

rangkat teknologi informasi dan komunikasi seperti smartphone, televisi, laptop dan sebagainya sangat sudah tidak asing lagi. Harganya pun tidaklah semahal dulu ketika baru muncul dan dianggap sebagai barang yang sangat mencerminkan kelas sosial seseorang.

Perkembangan tersebut sulit untuk dipisahkan dengan kehidupan masyarakat yang sehari-hari menggunakan perangkat tersebut terutama smartphone. Memang sangat sulit untuk terlepas dari perangkat canggih yang dapat memudahkan seseorang dengan orang lain bahkan lebih untuk saling terhubung dan melakukan komunikasi tanpa mengenal jarak dan waktu. Inilah mengapa abad ke-21 dikatakan sebagai abad komunikasi massa.⁸ Abad komunikasi massa tersebut tentunya ditandai dengan munculnya media massa sebagai alat komunikasi massa. Media massa menurut Dennis McQuail,⁹ merupakan media yang mampu menjangkau massa dalam jumlah besar dan luas yang bersifat publik dan dapat memberikan popularitas kepada siapa saja yang muncul di media massa.

Itulah mengapa para selebriti banyak populer karena kemunculannya di media massa. Saat ini tidak hanya selebriti saja yang sering kali dianggap populer, tetapi seseorang yang mampu menarik perhatian para warganet juga dianggap populer. Contohnya instagramer (sebutan untuk pengguna instagram) yang mampu menarik pengguna instagram lainnya melalui foto dan video berdurasi pendek. Selain itu, ada pula YouTuber (pengguna YouTube) yang mampu menarik perhatian para viewers dengan video berdurasi panjang. Masih banyak lagi media massa lain yang digunakan untuk menampilkan diri dan menjadi populer di kalangan pengguna media sosial. Segala sesuatu yang dianggap populer oleh sebagian besar pengguna media massa otomatis akan diikuti dan menjadi trend di kalangan pergaulannya. Inilah bukti bahwa media massa sangatlah mempengaruhi kehidupan masyarakat. Bukan hanya remaja dan orang dewasa yang tertarik untuk melihat dan

⁸Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2008), 174.

⁹Denis McQuail. *Mass Communication Theory: Teori Komunikasi Massa* (Jakarta: Erlangga, 1987), 4. Dennis McQuail (2000), 4. Dennis McQuail adalah seorang Profesor Emeritus komunikasi massa pada Universitas Amsterdam dan merupakan salah satu peneliti bidang kajian komunikasi massa yang sangat berpengaruh diambil dari <http://makassar.tribunnews.com/2017/10/17>

meniru hal-hal yang dianggap populer.

Anak-anak zaman sekarang atau yang akhir-akhir ini disebut “Kids Zaman Now” tidak lagi seperti anak-anak kelahiran tahun 1990-an yang banyak menghabiskan masa kecil mereka dengan bermain bersama teman sebaya, bermain mainan tradisional dan jauh dari pengaruh media massa terutama smartphone. Anak-anak zaman sekarang tidak asing lagi dengan smartphone yang serba canggih. Mereka bahkan lebih banyak tahu internet dibandingkan dengan orangtua mereka. Rasa keingin-tahuan anak-anak saat menggunakan smartphone. Tidak jarang anak-anak zaman sekarang telah menggunakan media sosial terutama facebook.

Perilaku yang ditampilkan melalui media sosial mungkin saja tidak terlepas dari hal-hal yang diperoleh anak-anak dari media massa. Televisi yang banyak menayangkan sinetron percintaan juga menjadi salah satu pengaruh perilaku anak. Akses internet dengan konten yang tidak dibatasi juga mempengaruhi perilaku anak. Anak-anak memang sangatlah rentan terhadap pengaruh media massa. Tidaklah heran ketika anak-anak banyak menampilkan sesuatu yang tidak sesuai dengan usianya. Contohnya anak-anak saat ini banyak mem-posting status dan foto yang tidak sesuai dengan usianya. Ini merupakan contoh kecil yang perlu diperhatikan terutama orang tua. Tentu ini menjadi kecemasan bagi orang tua karena dampak sajian media massa terutama televisi dan layanan internet. Untuk itu perlu pengawasan orang tua lebih jauh terhadap pemanfaatan media massa oleh anak. Pada dasarnya media massa tidak semata-mata memberikan dampak buruk saja, karena perlu diakui banyak kemudahan dan hal positif lainnya yang dapat diperoleh melalui media massa. Tergantung sejauh mana penggunaannya menggunakan dengan bijak dan jauh dari hal-hal yang negative

Hiper Realitas Dan Simulacra: Sebuah Kritik Jean Baudrillard

Tentang Jean Baudrillard

Bicara tentang *public relations* yang menjadi salah satu hasil pengembangan ilmu komunikasi, maka tepatnya filsafat komunikasi tidak bisa kita lepaskan dari salah satu filsuf asal Perancis bernama Jean Baudrillard. Filsafat komunikasi yang dimaksud ialah suatu disiplin yang menelaah pemahaman secara fundamental, metodologis, sistematis, analitis kritis, dan holistik

teori dari proses komunikasi yang meliputi segala dimensi menurut bidangnya, sifatnya, tatanannya, tujuannya, fungsinya, tekniknya, dan metodenya.

Baudrillard lahir di Reims, Perancis timur laut, pada tanggal 27 Juli 1929. Pada Tahun 1956-1966, ia menjadi guru sekolah menengah; mengkhususkan pada teori sosial Jerman dan kesusasteraan. Baudrillard adalah seorang teroris, provokator, filsuf, sekaligus nabi postmodernitas. Tulisan-tulisannya memiliki gaya yang khas dan orisinal deklaratif, hiperbolik, aforistik, skeptis, fatalis, nihilis, namun tajam dan cerdas. Tulisan-tulisan Baudrillard seperti bom yang meledakkan suasana, dan menyajikan cara pandang baru terhadap realitas sosial postmodern.

Pada tahun 1962-1963, ia mengulas tulisan-tulisan di *Les Temps Modernes*, termasuk sebuah esai tentang Italo Calvino. Pada tahun 1964-1968, ia menerjemahkan naskah-naskah Jerman kedalam bahasa Perancis, termasuk beberapa karya dramawan Peter Weiss (*Marat/Sade*, *The German Ideology* nya Marx dan Engels, *Messianisme revolutionnaire du tiers monde* dari Muhlmann) dan Bertold Brecht. Pada bulan Maret 1965, ia mempertahankan disertasinya “*Thèse de Troisième Cycle*” dalam bidang sosiologi, Universitas Paris X – Nanterre yang diterbitkan menjadi *Le système des objets*. Berperan aktif sebagai intelektual dalam demonstrasi mahasiswa di Paris, pada bulan Mei 1968. Pada tahun 1970-1976, ia menjadi *maître-assistant* di Nanterre. Pada tahun 1977-1978, ia meluncurkan serial provokatif tentang esai antisosialis dan anti poststrukturalis dalam bentuknya yang sangat atraktif, publikasi gaya pamflet yang menutup kariernya sebagai akademikus dan *political outsider*.

Sebagai seorang sosiolog, Baudrillard menawarkan banyak gagasan dan wawasan yang inspiratif. Pemikirannya menjadi penting karena ia mengembangkan teori yang berusaha memahami sifat dan pengaruh komunikasi massa. Ia mengatakan media massa menyimbolkan zaman baru di mana bentuk produksi dan konsumsi lama telah memberikan jalan bagi semesta komunikasi yang baru. Sebagai pemikir aliran postmodern yang perhatian utamanya adalah hakikat dan pengaruh komunikasi dalam masyarakat pasca-modern, Baudrillard sering mengeluarkan ide-ide cukup kontroversial dan melawan kemapanan pemikiran yang ada selama ini. Misalnya dalam wacana mengenai kreativitas dalam budaya media massa atau budaya cyber ia meng-

anggapnya sebagai sesuatu yang absurd dan *contradictio in terminis*. Bagi Baudrillard, televisi merupakan medan di mana orang ditarik ke dalam sebuah kebudayaan sebagai *black hole*. Ia menyebutnya Simulacra, di mana realitas yang ada adalah realitas semu, realitas buatan (*hyper-reality*).

Dasar Teoritis dan Pengaruh-pengaruh Utama

Baudrillard banyak dipengaruhi oleh tokoh-tokoh diantaranya Karl Marx, Frederich Nietzsche, Claude levi-Strauss, Louis Althusser, Georges Batalille, Marel Mauss, Henri Lafebvre, Jacques Lacan, Roger Caillois, Gilles Deleuze, filsuf Madzhab Frankfurt, Marshall McLuhan. Ia pernah bekerjasama dengan Roland Barthes, dalam analisa semiotik dalam kebudayaan, dalam pertamanya Obyek Sistem (1968). Ia adalah juga dipengaruhi oleh Marshall McLuhan yang memperlihatkan pentingnya media massa dalam pandangan kaum sosiologis. Karena dipengaruhi oleh semangat pemberontakan mahasiswa di Universitas Nanterre (1968), ia bekerja sama dengan suatu jurnal yaitu Utopie, yang dipengaruhi oleh anarcho-situationism, teori media dan Marxisme struktural, di mana ia menerbitkan sejumlah artikel teoritis pada suasana kemakmuran kapitalis, dan kritik teknologi.

Pemikiran Baudrillard juga dipengaruhi oleh pemikiran filsuf lain yang memiliki pemikiran tentang objectivity and linguistic-sociological interface (Mauss), Surrealism and Eroticism (Bataille), Psychoanalysis dan Freud, dan terutama Marxisme. Lalu ia menjadi seorang yang dikagumi sebagai seorang yang mengerti akan keadaan yang datang pada kondisi posmodernisme. Filosofi Baudrillard terpusat pada dua konsep “hyperreality” dan “simulation“. Terminologi ini mengacu pada alam yang tidak nyata dan khayal dalam kebudayaan kontemporer pada zaman komunikasi massa dan konsumsi massa.

Baudrillard mengembangkan teori yang berusaha memahami sifat dan pengaruh komunikasi massa. Ia mengatakan media massa menyimbolkan zaman baru, bentuk produksi dan konsumsi lama telah memberikan jalan bagi semesta komunikasi yang baru, dunia yang dikonstruksi dari model atau simulacra. Sejak jaman Renaissance hingga kini telah terjadi tiga kali revolusi simulacra, yaitu counterfeit, production dan simulation, yang merupakan nama yang berbeda untuk arti yang sama yaitu, imitasi atau reproduksi dari

image atau obyek. *Pertama*, image merupakan representasi dari realitas. *Kedua*, image menutupi realitas. *Ketiga*, image menggantikan realitas yang telah sirna, menjadi simulacrum murni. Pada sign as sign, simbolika muncul dalam bentuk irruption. Baudrillard kemudian menambahkan tahapan keempat yang disebut fractal atau viral. Kini kita pada tahapan *fractal*, suatu tahapan *transeverything* yang mengubah secara radikal cara pandang kita terhadap dunia.

Pokok masalah pemikiran Baudrillard ini dipengaruhi sejarah perkembangan industri sejak zaman Renaissance hingga sekarang adalah sejarah simulacra, yaitu sejarah imitasi, atau reproduksi sehingga menimbulkan persoalan makna, orisinalitas dan identitas manusia. *Kedua*, Masyarakat konsumen adalah masyarakat dalam pertanyaan. *Ketiga*, Sirnanya realitas “Not into nothingness, but into the more real than real (the triumph of simulacra)? Keempat, perkembangan yang pesat dari teknologi diakhir abad 20 dan awal millennium ketiga ini telah melampaui batasbatasnya dan menjangar keseluruhan sendi-sendi kehidupan manusia dan mengubah secara radikal cara pandang manusia terhadap dunia. Dipertanyakan kemampuan teori untuk menjawabnya.

Kemunculan Simulacrum dan Hilangnya Ruang Publik

Manusia abad kontemporer hidup dalam dunia simulacra (gambar, citra atau penanda suatu peristiwa yang telah menggantikan pengalaman). Manusia postmodern hidup dalam dunia yang penuh dengan simulasi, tidak ada yang nyata di luar simulasi, tidak ada yang asli yang dapat ditiru. Nilai guna komoditas dan nilai imperatif sebuah produksi pun telah digantikan oleh model, kode, tontonan dan hiperrealisme “simulasi”. Komunikasi lewat media telah membuat orang terjebak dalam permainan simulacra yang tidak berhubungan dengan “realitas eksternal”. Kita hidup di dunia simulacra, dunia yang dipenuhi citra atau penanda suatu peristiwa dan telah menggantikan pengalaman nyata. Ya, kita hidup di dunia yang penuh dengan simulasi: tidak nyata, tidak asli, dan tidak dapat ditiru. Dunia tak lagi nyata, karena yang “yang ada “ hanyalah simulasi. Baudrillard menguraikan bahwa pada jaman kini “masyarakat” sudah sirna dan digantikan oleh mass atau massa. Massa tidak mempunyai predikat, atribut, kualitas maupun reference. Pen-

deknnya, massa tidak mempunyai realitas sosiologikal.¹⁰

Bagi Baudrillard, dunia dewasa ini tidak ada lagi adegan cermin, yang ada hanyalah layar dan jaringan. Periode produksi dan konsumsi telah membanjiri jalanan. Manusia abad kontemporer hidup dalam ekstasi komunikasi yang karut marut, seiring dengan lenyapnya ruang privat. Ruang publik pun tak lagi menjadi tontonan dan ruang privat pun tak lagi menjadi rahasia. Hapusnya perbedaan antara bagian dalam dan bagian luar, seiring dengan rancunya batas antara ruang publik dan ruang privat. Kehidupan yang paling intim, sekarang menjadi penopang hidup virtual media.

Bagaimana Terbentuknya *Hyperreality* menjadi pertanyaan untuk memahami bagaimana realitas media sosial menjadi ruang-ruang public yang bilang. Hiperrealitas menciptakan satu kondisi yang di dalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian; masa lalu berbaur masa kini; fakta bersimpang siur dengan rekayasa; tanda melebur dengan realitas; dusta bersenyawa dengan kebenaran. Kategori-kategori kebenaran, kepalsuan, keaslian, isu, realitas seakan-akan tidak berlaku lagi di dalam dunia seperti itu. “Baudrillard menerima konsekuensi radikal tentang yang dilihatnya sebagai sangat merasuknya kode dalam masa modern akhir. Kode ini jelas terkait dengan komputerisasi dan digitalisasi, juga cukup mendasar dalam fisika, biologi, dan ilmu-ilmu alam lainnya di mana ia memberi kesempatan berlangsungnya reproduksi sempurna dari suatu objek atau situasi; inilah sebabnya kode bisa mem-*bypass* sesuatu yang real dan membuka kesempatan bagi munculnya realitas yang disebut Baudrillard sebagai *hyperreality*.”¹¹

Dramatisasi yang dilakukan melalui alur yang penuh aksi dramatis, secara umum dikendalikan oleh rumah produksi yang membuatnya bukan lagi oleh pelaku utama yang mempunyai cerita. Akhirnya menjadi mustahil membedakan yang nyata dari yang sekedar tontonan. Dalam kehidupan nyata masyarakat pemirsa *reality show*, kejadian-kejadian nyata semakin mengambil ciri hiper-riil (*hyperreal*). Tidak ada lagi realitas yang ada hanyalah hiperrealitas. Dampak yang dihasilkan dari *hyperreality* adalah adanya kepercayaan masyarakat terhadap kenyataan yang sebenarnya bukan kenyataan. Pembo-

¹⁰Arief Gunawan, 2006, Membaca Baudrillard (<http://ariefgunawan.blogspot.com/2008/01/membaca-baudrillard.html>)

¹¹John Lechte, *50 Filsuf Kontemporer* (Yogyakarta: Kanisius, 2001), 352.

dohan atas realitas ini dapat menghasilkan pola budaya yang mudah meniru (imitasi) apa yang dilihatnya sebagai sebuah kenyataan di media televisi direalisasikan dalam kehidupan keseharian. Serta terbentuknya pola pikir yang serba instan, membentuk manusia yang segala sesuatunya ingin cepat saji.

Keadaan dari hiperrealitas ini membuat masyarakat modern ini menjadi berlebihan dalam pola mengkonsumsi sesuatu yang tidak jelas esensinya. Kebanyakan dari masyarakat ini mengkonsumsi bukan karena kebutuhan ekonominya melainkan karena pengaruh model-model dari simulasi yang menyebabkan gaya hidup masyarakat menjadi berbeda. Mereka jadi lebih concern dengan gaya hidupnya dan nilai yang mereka junjung tinggi.

Industri mendominasi banyak aspek kehidupan, industri tersebut menghasilkan banyak sekali produk-produk mulai dari kebutuhan primer, sekunder, sampai tertier. Ditemani oleh kekuatan semiotika dan simulasi membuat distribusi periklanan produk menjadi lebih gencar tambah lagi teknologi informasi yang memungkinkan pihak pengusaha untuk mendapatkan informasi seperti apakah masyarakat yang dihadapi, dan pihak konsumen mendapatkan informasi tentang kebutuhan yang mereka tidak butuhkan tetapi mereka inginkan. Asumsi-asumsi yang terbentuk dalam pemikiran manusia dan keinginan ini membuat manusia tidak bisa lepas dari keadaan hiperrealitas ini.

Dari uraian tentang pemikiran Baudrillard diatas maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: *Pertama*, Manusia abad kontemporer hidup dalam dunia simulacra, didalamnya citra atau penanda atau kode atas suatu peristiwa telah menggantikan pengalaman. Zaman simulasi adalah jaman informasi dan tanda yang dikendalikan oleh *models*, *codes* dan *cybernetics*; *Kedua*, Obyek konsumen menata perilaku melalui suatu fungsi tanda (*sign function*) dalam linguistik. Iklan atau reklame telah mengambil-alih tanggungjawab moral masyarakat dan telah menggantikan moralitas puritan dengan moralitas hedonistik yang mengacu hanya kepada kesenangan saja dan menjadikannya sebagai barometer dari hypercivilization; *Ketiga*, Secara ontologis, komunikasi (khususnya komunikasi massa) merupakan upaya untuk mempengaruhi masa untuk mengikuti ritual-ritual ekonomi konsumtif. Secara epistemologis, proses komunikasi merupakan simulacra. Secara aksiologis, komunikasi massa dimaksudkan agar masyarakat mengikuti irama kepen-

tingan ekonomis-politis kapitalisme, sehingga hubungan masyarakat dicitrakan dalam budaya massa.

Masyarakat Konsumen dan Simulacra

Masyarakat konsumsi adalah masyarakat yang dibentuk dan dihidupi oleh konsumsi, yang menjadikan konsumsi sebagai pusat aktivitas kehidupan dengan hasrat selalu dan selalu mengkonsumsi. Dalam masyarakat konsumsi pandangan bahwa barang (komoditi) tidak lebih dari sekedar kebutuhan yang memiliki nilai tukar dan nilai guna kini pelan-pelan mulai ditinggalkan dan diganti dari komoditas menjadi tanda dalam pengertian Saussurian. Dengan demikian konsumsi, tidak dapat dipahami sebagai konsumsi nilai guna, tetapi terutama sebagai konsumsi tanda. Dalam masyarakat konsumen hubungan manusia ditransformasikan dalam hubungan objek yang dikontrol oleh kode. Objek adalah tanda. Perbedaan status dimaknai sebagai perbedaan konsumsi tanda, sehingga kekayaan diukur dari banyaknya tanda yang dikonsumsi. Mengkonsumsi objek tertentu menandakan kita berbeda atau dianggap sama dengan kelompok sosial tertentu, jadi kode mengambil fungsi kontrol terhadap individu.

Menurut pandangan Baudrillard, proses konsumsi dapat dianalisis dalam perspektif dua aspek yang mendasar yaitu: *pertama*, sebagai proses signifikasi dan komunikasi, yang didasarkan pada peraturan (kode) di mana praktik-praktik konsumsi masuk dan mengambil maknanya. Di sini konsumsi merupakan sistem pertukaran, dan sepadan dengan bahasa. *Kedua*, sebagai proses klasifikasi dan diferensiasi sosial, di mana kali ini objek-objek/tanda-tanda ditahbiskan bukan hanya sebagai perbedaan yang signifikan dalam satu kode tetapi sebagai nilai yang sesuai (aturan) dalam sebuah hierarki. Di sini konsumsi dapat menjadi objek pembahasan strategis yang menentukan kekuatan, khususnya dalam distribusi nilai yang sesuai aturan (melebihi hubungannya dengan pertanda sosial lainnya: pengetahuan, kekuasaan, budaya, dan lain-lain).¹²

Konsep Baudrillard mengenai simulasi adalah tentang penciptaan kenyataan melalui model konseptual atau sesuatu yang berhubungan dengan

¹²Jean Baudrillard, *Masyarakat Konsumsi*, Terj. Wahyunto (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2014).

“mitos” yang tidak dapat dilihat kebenarannya dalam kenyataan. Model ini menjadi faktor penentu pandangan kita tentang kenyataan. Segala yang dapat menarik minat manusia –seperti seni, rumah, kebutuhan rumah tangga dan lainnya– ditayangkan melalui berbagai media dengan model-model yang ideal, disinilah batas antara simulasi dan kenyataan menjadi tercampur aduk sehingga menciptakan *hyperreality* dimana yang nyata dan yang tidak nyata menjadi tidak jelas.

Kebudayaan industri menyamarkan jarak antara fakta dan informasi, antara informasi dan entertainment, antara entertainment dan akses-akses politik. Masyarakat tidak sadar akan pengaruh simulasi dan tanda (signs/simulacra), hal ini membuat mereka kerap kali berani dan ingin –mencoba hal yang baru yang ditawarkan oleh keadaan simulasi– membeli, memilih, bekerja dan macam sebagainya. Di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang dasyat realitas telah hilang dan manguap. Kini kita hidup di zaman simulasi, di mana realitas tidak hanya diceritakan, direpresentasikan, dan disebarluaskan, tetapi kini dapat direkayasa, dibuat dan disimulasi. Realitas buatan ini bercampur-baur, silang sengkabut menandakan datangnya era kebudayaan postmodern. Simulasi mengaburkan dan mengikis perbedaan antara yang nyata dengan yang imajiner, yang benar dengan yang palsu.

Teori ekonomi Marx, yang mengandung “nilai guna” digunakan oleh Baudrillard dalam menelaah teori produksi dan didasarkan pada semiotik yang menekankan pada “nilai tanda”. Jean Baudrillard membantah bahwa kebudayaan posmodern kita adalah dunia tanda-tanda yang membuat hal yang fundamental –mengacu pada kenyataan– menjadi kabur atau tidak jelas.

“In *The Consumer Society* Jean Baudrillard outlines how consumers buy into the “code” of signs rather *than* the meaning of the object itself. His analysis of the process by which the sign ceases pointing towards an object or signified which lies behind it, but rather to other signs which together constitute a cohesive yet chaotic “code”, culminates in the “murder of reality”. The rupture is so complete, the absence so resounding, and the code so “totalitarian” that Baudrillard speaks of the combined “violence of the image” and “implosion of meaning”. Politics, religion, education, any human undertaking is swept up and absorbed by this process and ultimately neutralized; any liberating activity becomes complicit in the reproduction of its opposite. “The code is totalitarian; no one escapes it: our individual flights do not negate the fact that each

day we participate in its collective elaboration.”¹³

Proses simulasi inilah yang mendorong lahirnya term ‘hiperrealitas’, di mana tidak ada lagi yang lebih realistis sebab yang nyata tidak lagi menjadi rujukan. Baudrillard memandang era simulasi dan hiperrealitas sebagai bagian dari rangkaian fase citraan yang berturut-turut. *Pertama*, merefleksikan kenyataan; *Kedua*, menutupi atau menyesatkan kenyataan; *Ketiga*, menutupi ketiadaan dalam kenyataan; *Keempat*, menunjukkan tidak adanya hubungan diantara kenyataan manapun dan murni hanya sebagai simulacrum.¹⁴ Jean Baudrillard menggambarkan dalam tulisannya *Simulacra and Simulation* bahwa Disneyland adalah contoh tepat yang menggambarkan kondisi hyperreality. Baudrillard juga mengatakan bahwa tempat yang paling hyperreality adalah di gurun pasir dan Amerika. Di kedua tempat itu banyak ditemukan khayalan dan fatamorgana, yang artinya ketika kita berada di gurun pasir kita akan melihat khayalan tentang air dan tempat untuk berteduh yang merupakan fatamorgana. Begitu juga ketika seseorang bermain games, menonton acara televisi, menonton film yang memiliki cerita menarik dan lain sebagainya. Mereka kemudian melibatkan emosi dan perasaannya akibat alur cerita dan penokohan yang dibawakan oleh karakter film dan kemudian terbawa dalam kehidupan nyata sehingga dia tidak lagi bisa membedakan antara realitas nyata dan realitas yang dikonstruksikan.

Pemikiran Baudrillard mengenai konsep *Simulacra*, *Simulations* dan *Hyperreality* sesungguhnya bukanlah sebuah konsep yang terpisah satu dengan yang lainnya melainkan sebuah proses metamorphosis. Sekali lagi, *simulation* menurut pandangan Baudrillard merupakan tiruan dari sesuatu objek atau keadaan yang masih dapat dibedakan mana yang asli dan palsu atau realitas yang sebenarnya dan realitas buatan. Dalam mengkonstruksi sebuah citra terdapat empat fase, yaitu ketika suatu tanda dijadikan refleksi dari suatu realitas, ketika suatu tanda sudah menutupi dan menyesatkan realitas itu sendiri, ketika suatu tanda menutupi ketiadaan dalam kenyataan, dan akhirnya tanda tersebut menjadi sesuatu yang tidak ada hubungannya

¹³Akses melalui www.infed.org/thinkers/ baudrillard.htm, 1/1/2017.

¹⁴George Ritzer dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Prenada Media, 2004).

sama sekali dengan realitas.

Fase terakhir inilah yang dikatakan sebagai suatu simulacra. Simulacra menurut pandangan Jean Baudrillard menjadi sebuah duplikasi, yang aslinya tidak pernah ada atau bisa dikatakan merupakan sebuah realitas tiruan yang tidak lagi mengacu pada realitas sesungguhnya, sehingga perbedaan antara duplikasi dan asli menjadi kabur. Simulacra bisa juga dikatakan sebagai representasi, misalnya dilakukan oleh pencitraan. *Hyperreality* merupakan proses terakhir dalam konsep yang diperkenalkan oleh Jean Baudrillard. *Hyperreality* dijelaskan sebagai sebuah dekonstruksi dari realitas real yang sebelumnya, karena realitas ini akan berbeda dari realitas yang sebelumnya.

Kesimpulan

Dalam dunia simulasi ini batas antara yang real dengan yang imajiner atau palsu sudah sangat kabur. Tiruan tidak hanya berbaur dan menyatu, tetapi citraan lebih unggul dan lebih dipercaya dari fakta. Sebagai contoh adalah kuasa media dalam menampilkan sebuah berita. Fakta dan fakta ciptaan saling berbaur menjadi satu hingga kita sulit menentukan mana yang benar dan salah. Media satu dan lainnya menampilkan fakta yang berbeda dalam menampilkan kejadian yang sama. Kebingungan menentukan pilihan menjadi muara pilihan, meskipun pilihannya adalah percaya pada salah satu sumber informasi atau tidak sama sekali. Inilah realitas dari dunia Hiperrealitas, dunia yang membingungkan.

Generasi baru hari ini dihadapkan pada banyak perkembangan teknologi termasuk teknologi informasi yang membuahakan beragam aplikasi media Sosial. Tidak heran jika media sosial bukan lagi sekedar dunia maya, tetapi mentransformasi berbagai protes, kritik dan kekecewaan tersebut ke dalam dunia nyata. Bisa dalam bentuk apatisisme terhadap politik, gerakan sosial, hingga tuntutan revolusi. Internet akan menjadi agen perubahan sosial di tangan generasi muda, di Indonesia khususnya. Menggunakan Internet dan media sosial sebagai platform interaksi, generasi muda Indonesia bisa dengan mudah membentuk kelompok untuk mengusung gagasan perubahan. Jejaring sosial seperti *facebookers* ini sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi di bidang komunikasi sangat mempengaruhi perubahan sosial. Adapun penggunaan media sosial saat ini telah merambah hampir

semua lapisan dan golongan masyarakat. Praktiknya pengguna sosial media saat ini bebas membuat pesan, melakukan editing, mengkreasi tulisan, merekayasa gambar dan video, desain grafis dan sebagainya. Semua kegiatan itu dapat dilakukan oleh masing-masing masyarakat meskipun tanpa bantuan orang lain.

Menurut Baudrillard sekarang kita hidup dizaman Simulacra, dimana semua yang ada di hadapan kita ada simulasi hasil reproduksi dari realitas. Menurutnya Simulacra dapat digambarkan sebagai societies organized around “simulation” by which he means the cultural modes of representation that “simulate” reality as in television, computer cyberspace, and virtual reality. Karenanya, tidak ada lagi hakikat dari realitas yang sebenarnya dalam dunia simulacra ini. Tanda (*sign*) yang awalnya mengacu pada objek (realitas), digantikan dengan tanda yang mengacu pada tanda –tanda yang lain. Pengacuan tanda pada tanda– tanda yang lain inilah yang membentuk hiperrealitas, karena realitas asli tenggelam dalam lautan tanda. Kita tidak lagi bisa membagi dengan jelas mana realitas yang benar, mana yang semu, dan mana yang palsu.

Daftar Pustaka

- “Kampanyekan Islam Promotif, No Islam Konfrontatif”, *Newsletter*, Edisi 15, 2017, IAIN Jember Press.
- Aziz, Imam, *Galaksi Simulacra* (Yogyakarta: LKiS, 2001).
- Baudrillard, Jean P., *Masyarakat Konsumsi*, Terj. Wahyunto (Yogyakarta: Kreasi Wacana, 2014).
- Glass, Geoffrey (2015). “Manuel Castells's Network Society” dalam <http://www.geof.net/research/2005/castells-network-society> diakses pada 13 Januari 2017 pukul 19.50 WIB
- Gunawan, Arief (2006), Membaca Baudrillard (<http://ariefgunawan.blogspot.com/2008/01/membaca-baudrillard.html>)
- Hammad, Ibnu “Kritik Post Truth”, *Media Indonesia*, Edisi 7 Juli 2017.
<http://makassar.tribunnews.com/2017/10/17>
- <http://regional.kompas.com/read/2018/01/09/18091021/di-hadapan-ibu-ibu-anas-jelaskan-keputusannya-mundur-dari-pilkada-jatim>

- [http://www.egs.edu/fah](http://www.egs.edu/fahhttp://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Levels%20of%20theories/micro/semiotics.htm)<http://www.tcw.utwente.nl/theorieenoverzicht/Levels%20of%20theories/micro/semiotics.htm>,2006
- <http://www.uta.edu/english/hawk/semiotics/Baudrillard>
- Lechte, John, *50 Filsuf Kontemporer* (Yogyakarta: Penerbit Kanisius, 2001).
- McQuail, Denis, *Mass Communication Theory (Teori Komunikasi Massa)* (Jakarta: Erlangga, 1987).
- Nasrullah, Rulli, *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)* (Jakarta: Prenada Media Grup, 2014).
- Rakhmat, Jalaludin, *Komunikasi Massa* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2007).
- Rakhmat, Jalaludin, *Metode Penelitian Komunikasi* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2008).
- Ritzer, George dan Douglas J. Goodman, *Teori Sosiologi Modern* (Jakarta: Prenada Media, 2004).
- Sinurat, Lusius, “Simulacra dan Realitas Semu”, [<http://5iu5.blogspot.com/2013/07/simulacra-dan-realitas-semu-dalam.html>]
- Sugihartati, Rahma, *Perkembangan Masyarakat Informasi & Teori Sosial Kontemporer* (Jakarta: Kencana Prenada Median Group, 2014).
- Utoyo, Bambang, *Perkembangan Pemikiran Jean Baudrillard: Dari Realitas Ke Simulakerum* (Jakarta: Perpustakaan Universitas Indonesia, 2001).