

# Simulasi Realitas Sosial Melalui *New Media* Studi pada Mahasiswa Yogyakarta Pengguna *Smartphone*

## *Simulation of Social Reality Through New Media Study on Yogyakarta Students Smartphones Users*

Yanti Dwi Astuti

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga  
Jl. Marsda Adisucipto Yogyakarta, 55281, Telp. (0274) 585300 Fax. 519571

yanti.astuti@uin-suka.ac.id

Diterima: 5 April 2017 || Revisi: 7 Juli 2017 || Disetujui: 19 Juli 2017

**Abstrak** – Penelitian ini mengungkap simulasi realitas sosial pada aplikasi jejaring sosial dan *instant messaging* melalui *new media* yang mengubah lanskap komunikasi mahasiswa Kota Yogyakarta yang menjadi tanpa batas. Ruang buatan yang diciptakan oleh aplikasi *smartphone* menjadi realitas kedua bagi mahasiswa untuk berkomunikasi. Fenomena transformasi dari interaksi masyarakat nyata menuju interaksi masyarakat virtual ini penting dan menarik untuk diteliti. Penelitian ini melihat realitas virtual yang diciptakan mahasiswa melalui *smartphone* bersanding dengan realitas nyata yang menggunakan teori interaksionisme simbolik, CMC dan *simulakra* dengan pendekatan kualitatif yang berjenis deskriptif. Pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi dengan teknik *snowball* dan *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jejaring sosial dan *instant messaging* telah membentuk simulasi realitas mahasiswa Yogyakarta di media baru melalui tanda/citraan yang merupakan refleksi dari realitas, bahkan menutupi realitas yang sebenarnya dan menciptakan *simulakrum* yang terkadang tidak ada hubungannya dengan realitas. Temuan lain juga mengatakan bahwa pemakaian *smartphone* banyak mengubah pola pikir dan tindakan mahasiswa Yogyakarta lebih untuk melakukan komunikasi, mengerjakan tugas kuliah, mencari hiburan, bisnis *online shopping*, menebarkan informasi, mengunggah foto, mengunduh jurnal dan *e-book*, memproduksi dan menyebarkan gambar-gambar meme yang lucu atau yang berkaitan dengan aktivitas tertentu dan melakukan pencitraan diri melalui simbol, gambar dan video yang sengaja mereka ciptakan.

**Kata Kunci:** *new media*, realitas sosial, simulasi, *smartphone*

**Abstract** – *This research is tries to uncover thesimulation of social reality of social media and instant messaging application through smartphone that removed the student communication landscape become borderless in Yogyakarta. Smartphone application has creating a new space which brought a second reality for the student to communicate. Transformation phenomena from the real interaction society towards virtual society are important and interesting study further. In terms of analyzing this study uses the theory of symbolic interactionism, CMC and simulacra with descriptive qualitative method. The data came from observation, interviewing, documentation by snowball and purposive sampling techniques and Yogyakarta student as the primary source. The research result shows that social networking and instant messenger have created social reality simulation of Yogyakarta students in new media through a sign which are the reflection of the reality. Another invention also told us that the smartphone advantages have changed the action and mindset pattern of the Yogyakarta student, they usually used it to communicating, doing study task, entertainment, online shopping business, spreading some information, posting some selected and edited pictures, downloading scientific journals, e-book, producing and spreading memes character, symbol, picture and videos that they deliberately created.*

**Keywords:** *new media, simulation, smartphone, social reality*

### PENDAHULUAN

Simulasi realitas sosial saat ini tengah gencar terjadi di media baru (*new media*) melalui aplikasi *instant messenger* dan jejaring sosial. Fenomena ini merupakan suatu realitas yang dibangun dari model tanpa referensi, sehingga ilusi, fantasi maupun citra layar dari komputer maupun *smartphone* yang terhubung dengan internet saat berkomunikasi menjadi tampak nyata dan menjadi sebuah dunia baru bagi

pengguna jejaring, karena mampu menghubungkan antara masyarakat untuk saling mengeksplorasi dan membagikan berbagai aktivitas kesehariannya yang sama sekali berbeda dengan apa yang dilakukannya sehari-hari (Feng, 2005; Underwood, Kerlin, & Farrington-Flint, 2011). Bukan hanya membangun peta pengalaman di dunia nyata, namun ada sesuatu yang ekstra di dunia maya. Akselerasi perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat saat ini telah

membawa manusia pada sebuah tatanan jarak dan waktu tidak lagi menjadi permasalahan untuk berkomunikasi (Singhal, Rogers, & Brown, 1993).

Kini model komunikasi secara virtual melalui jejaring sosial di media *online* sangat populer dan menjadi tren baru dalam masyarakat, seperti *instagram*, *facebook*, *twitter*, *myspace*, *youtube*, *google plus* dll. Kemudian ditambah lagi dengan penggunaan instan messenger seperti *whatsapp*, *BBM*, *line messenger*, *telegram*, *IMO*, *KakaoTalk*, dan lain-lain. Fenomena ini jelas merupakan bukti nyata perkembangan desa global di dunia, terutama di Indonesia. Keunggulan dari situs atau aplikasi jejaring sosial ini adalah desainnya yang *multiplatform* yaitu dapat diakses dan terhubung di berbagai perangkat digital (Fulgoni & Lipsman, 2014). Di Indonesia sendiri terdapat sekitar 80 juta penduduk Indonesia yang memanfaatkan teknologi internet dan mereka rata-rata merupakan pelanggan *internet mobile* melalui *smartphone*. Sebagian besar pengguna *internet mobile* tersebut hanya menggunakan fungsi internet untuk *chatting* dan mengakses situs-situs jejaring sosial, bukan mengakses data baik mengunduh atau mengunggah informasi penting di internet (Gitau, Marsden, & Donner, 2010; Qomariyah, 2009).



**Gambar 1** Jenis Jejaring Sosial dan *Instant Messaging* (Sumber: [www.trikterkini.blogspot](http://www.trikterkini.blogspot))

Riset yang dirilis melalui Nielsen Indonesia *Smartphone Consumer Insight* pada Mei 2013 telah menunjukkan penggunaan situs jejaring sosial yang sangat tinggi disebabkan karena rata-rata masyarakat Indonesia dalam satu hari dapat mengoperasikan *smartphone* dalam waktu 189 menit atau 3 jam 15 menit. Angka tersebut sangat tinggi karena lebih lama dibandingkan penggunaan *smartphone* di negara maju seperti Amerika. Aktivitas *chatting* mendominasi yakni 94% disusul *browsing* (71%), jejaring sosial (64%), blog dan forum (41%), situs toko aplikasi (32%), video (27%), dan hiburan (25%). Posisi dua terakhir ditempati membaca berita (24%) dan mengirimkan surat elektronik (17%). Selain fenomena

meningkatnya penggunaan jejaring sosial melalui *smartphone*, penggunaan aplikasi *instant messenger* (IM) pada *smartphone* juga sangat tinggi. Nielsen merilis aplikasi IM yang populer di masyarakat Indonesia diantaranya *WhatsApp* (58%), *BlackBerry Messenger* (41%) dan *Line* (35%). Aplikasi untuk *chatting* yang juga populer adalah *KakaoTalk* (30%), *WeChat* (27%), *Hangouts Google* (20%), *Yahoo Messenger* (18%), *Skype* (7%), dan *ChatON* (6%). Nielsen menemukan puncak pengguna ponsel pintar di Indonesia, yang terjadi pada siang hari. Aktivitas yang dilakukan seperti *browsing*, *chatting*, multimedia, *game*, dan jejaring sosial tercatat paling tinggi terjadi pada pukul 10.00 hingga pukul 14.00 di mana rata-rata waktu yang digunakan selama 1 sampai 2 menit (Mola, 2013).

Salah satu wilayah perkotaan di Indonesia yang juga tidak lepas dari penggunaan teknologi *smartphone* tersebut adalah Kota Yogyakarta yang merupakan kota pelajar, Mahasiswa yang bersekolah di kota ini berasal dari seluruh penjuru Indonesia bahkan dari luar negeri dan mereka mayoritas pengguna *smartphone*. Menurut hasil penelitian, demam *smartphone* yang melanda mahasiswa di Yogyakarta ditandai dengan maraknya tren penggunaan *smartphone* di kalangan mahasiswa, baik di lingkungan kampus, perumahan, mal, dan seterusnya. Ini merupakan bukti bahwa *smartphone* bukan lagi barang mahal dan terbatas. Kini, *smartphone* telah menjadi gaya hidup dan telah menjadi pelengkap *fashion* (Ukisnawati, 2014).

Mahasiswa pengguna *smartphone* di Yogyakarta sangat intens menggunakan *smartphone* mereka. Setiap saat mereka selalu mengecek pemberitahuan yang masuk di *smartphone* mereka. Mereka sering tersenyum, tertawa bahkan mengumpat sendiri di depan layar *smartphone* mereka tanpa memperhatikan lingkungan sekitarnya. Sering terlihat juga beberapa mahasiswa tidak dapat membedakan waktu, tempat dan kondisi yang tepat untuk menggunakan atau sekedar mengecek *smartphone*, seperti saat makan, berkendara, kegiatan kuliah, belajar, waktu istirahat di malam hari, bahkan ketika baru bangun tidur hal pertama yang dilakukan adalah mencari dan memeriksa notifikasi di *smartphone* mereka.

Penggunaan aplikasi jejaring sosial dan IM melalui *smartphone* mengubah lanskap komunikasi mahasiswa menjadi tanpa batas. Ruang buatan yang diciptakan oleh aplikasi *smartphone* menjadi realitas kedua bagi mahasiswa untuk berkomunikasi (Belk, 2013). Keadaan ini memicu terbentuknya arena sosial baru

yang lebih luas dan bebas untuk saling berinteraksi. Konsekuensi yang ditimbulkan akibat dari penggunaan *smartphone* adalah hiperkonektivitas dan memalsukan relasi sosial menjadi simulasi realitas sosial. Suatu realitas yang dibangun dari model tanpa referensi, sehingga ilusi, fantasi maupun citra layar dari *smartphone* saat berkomunikasi menjadi tampak nyata bagi mahasiswa yang mengakibatkan mereka terjebak kedalam sebuah ruang simulasi yang ditandai dengan sifat hiperrealitas, Citra dan fakta bertubrukan dalam satu ruang kesadaran yang sama, dan lebih jauh lagi realitas semu tersebut mampu mengalahkan realitas yang sesungguhnya. Fenomena transformasi dari interaksi masyarakat nyata menuju interaksi masyarakat virtual ini menjadi penting dan menarik untuk diteliti lebih lanjut lagi. Penelitian ini akan mencoba melihat bagaimana realitas virtual yang diciptakan mahasiswa melalui *smartphone* bersanding dengan realitas nyata, hingga akhirnya menjawab bagaimana simulasi realitas sosial yang terjadi pada mahasiswa Yogyakarta pengguna *smartphone* melalui aplikasi *instant messenger* dan jejaring sosial di *smartphone*.

Komunikasi di dunia nyata memiliki perbedaan dengan komunikasi di dunia virtual/*cyberspace*. Komunikasi di dunia nyata terjadi secara langsung (*face-to-face*) dan melibatkan simbol, tanda, teks, ekspresi wajah, tekanan suara, cara memandang, posisi tubuh, agama, usia, ras, dan sebagainya. Sedangkan dalam komunikasi virtual (*Computer Mediated Communication*) seseorang dapat saling berinteraksi meskipun tidak dalam lokasi yang sama, namun ekspresi, emosi seseorang tidak terwakilkan seluruhnya karena proses komunikasi hanya melalui layar (*face-to-screen*).

Dalam teori interaksionisme simbolik, Mead (1993) menekankan pada bahasa yang merupakan sistem simbol dan kata-kata merupakan simbol karena digunakan untuk memaknai berbagai hal. Ada lima fungsi dari simbol; pertama, simbol memungkinkan orang berhubungan dengan dunia materi dan dunia sosial karena dengan simbol mereka bisa memberi nama, membuat kategori, dan mengingat objek yang ditemui; kedua, simbol meningkatkan kemampuan orang mempersepsikan lingkungan; ketiga, simbol meningkatkan kemampuan orang untuk memecahkan masalah dan kelima, penggunaan simbol memungkinkan aktor melampaui waktu ruang, bahkan pribadi mereka sendiri. Dengan kata lain, simbol merupakan representasi dari pesan yang

dikomunikasikan kepada publik (Ritzer & Goodman, 2004:292). Ritzer & Goodman (2004:289) mengemukakan prinsip-prinsip dasar dalam teori interaksionisme simbolik yang dapat dirangkum sebagai berikut:

- a. Manusia tidak seperti binatang yang lebih rendah, namun manusia juga memiliki kemampuan berpikir.
- b. Kemampuan berpikir dibentuk oleh interaksi sosial.
- c. Dalam interaksi sosial individu mempelajari makna dan simbol yang memungkinkan mereka menggunakan kemampuan berpikir yang khas tersebut.
- d. Makna dan simbol memungkinkan orang melakukan tindakan dan interaksi khas manusia.
- e. Individu mampu memodifikasi atau mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan tafsir mereka terhadap situasi tersebut.
- f. Orang mampu melakukan modifikasi dan perubahan karena kemampuan mereka untuk berinteraksi dengan diri mereka sendiri, yang memungkinkan mereka memikirkan tindakan yang memungkinkan menjajaki keunggulan dan kelemahan relatif mereka, dan selanjutnya memilih.
- g. Jalinan pola tindakan dengan interaksi yang saling berkaitan dapat membentuk kelompok dalam masyarakat.

Simbol atau teks merupakan representasi dari pesan yang dikomunikasikan kepada publik. Sebagai contoh, *smartphone* tidak hanya sekedar alat untuk berkomunikasi, melainkan sudah menjadi representasi gaya hidup bahkan status sosial tertentu. Sherry Turkle berpendapat bahwa teknologi internet telah menghubungkan miliaran individu dari belahan bumi manapun dalam suatu ruang baru yang berdampak terhadap cara berpikir seseorang tentang seksualitas, bentuk komunitas dan identitas diri. Dalam komunitas virtual, seseorang berpartisipasi dan terlibat percakapan secara intim dengan orang lain dari seluruh dunia, tetapi kemungkinan orang-orang tersebut jarang atau tidak pernah bertemu secara fisik (Rulli, 2012:67). Teknologi membentuk dan mengubah budaya serta lingkungan manusia. Pengalaman hidup manusia tanpa teknologi sangatlah sedikit dan justru menjadi aneh ketika manusia tanpa menggunakan teknologi (Lim, 2008).

Teknologi komunikasi yang memfasilitasi interaktivitas antara pengguna dan informasi dikenal dengan *new media*. *New Media* telah menciptakan realitas virtual yang menjadi ekstensi virtual dunia. Kita tinggal masuk Dengan penciptaan *Worlds Second Life* dan aktif sebelum itu, orang memiliki kontrol lebih atas ini dunia maya, sebuah dunia di mana apa saja yang peserta bisa memikirkan bisa menjadi kenyataan. *New media* memberikan bentuk interaksi yang baru pada hubungan pribadi dalam cara yang tidak bisa dilakukan media sebelumnya. *New media* juga mengandung kekuasaan dan batasan, kerugian dan keuntungan, dan kebimbangan. (Littlejohn dan Foss, 2014).

Terkait interaksi virtual di *new media*, Smith (1999) dalam Rulli (2012:95) membagi empat aspek penting berkaitan dengan interaksi virtual yang membentuk perilaku komunikasi, yaitu:

- a. *Virtual interaction is aspatial* yang berarti bahwa jarak tidak memengaruhi proses komunikasi dan interaksi.
- b. *Virtual interaction via system is predominantly asynchronous*. Bahwa seperti konferensi sistem, dan posel dapat dioperasikan berdasarkan waktu atau jadwal yang diinginkan.
- c. *CMC is acorporeal because it is primarily a text-only medium*. Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili dengan teks tanpa melibatkan seluruh anggota badan.
- d. *CMC is astigmatic* yang berarti bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu.

Pada akhirnya prinsip-prinsip realitas itu sendiri telah dilampaui, dan digantikan oleh substitusi-substitusi, yang diciptakan secara artifisial lewat bantuan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni mutakhir, dan telah menggantikan asumsi-asumsi konvensional yang nyata. Kondisi seperti itu disebut dengan kondisi *postrealitas* (Piliang, 2004:53). Pembahasan mengenai kondisi *postrealitas* tidak dapat dilepaskan dari berbagai konsep dan terminologi yang membangunnya, seperti simulakra, simulasi, dan hiperealitas dari Baudrillard (1999).

Simulakra/simulakrum bukanlah kata lain dari simulasi. Meskipun semua simulasi adalah simulakra, akan tetapi tidak semua simulakra/simulakrum adalah simulasi. Menurut Baudrillard (1999) simulasi adalah

simulakrum dalam bentuknya yang khusus (Piliang, 2004:58). Simulasi merupakan perkembangan selanjutnya dari tahap awal simulakra. Adapun simulakra tahap awal secara eksplisit hanya sebatas meniru, mengopi dan menduplikasi sebagai modelnya. Dalam era simulasi, realitas tidak memiliki eksistensi. Menurut Baudrillard, realitas telah melebur menjadi satu dengan tanda, citra model-model reproduksi tidak mungkin lagi menemukan referensi yang real, membuat pembedaan antara representasi dan realitas, citra dan kenyataan, tanda dan ide, serta antara semu dan yang nyata, yang ada hanyalah campur aduk di antara semuanya (Medhy, 2012:77).

Baudrillard (1999), juga menarik gagasan McLuhan "*medium is the message*" sampai ke batasan yang paling ekstrem, yakni media yang berupa kode-kode digital. Dengan kode-kode digital maka proses reproduksi beranjak ke batasan paling ekstrem. Ketika objek direproduksi dengan teknologi model biner, maka objek-objek tidak dapat dibedakan satu sama lain, bahkan dari mode-model yang menjadi sumbernya. Selanjutnya realitas akan kehilangan referensi. Menurut Baudrillard (1999) dengan gagasan simulasinya dapat dilihat suatu efek tingkat kesadaran masyarakat semakin berkurang terhadap apa yang "real" akibat imaji yang disajikan media. Setiap individu akan termediasi yang disebut sebagai Baudrillard sebagai "*ecstasy of communication*", "karena", "hidup" di dalam layar komputer dan bahkan menjadi bagiannya. Menurut Bell dalam suatu ruang artifisial proses simulasi itu terjadi akibat perkembangan teknologi komunikasi dan media baru dapat menyebabkan individu semakin menjauhkan realitas, menciptakan dunia baru yaitu dunia virtual (Rulli, 2012:88). Baudrillard (1999) berpendapat bahwa media komunikasi elektronik memalsukan relasi sosial menjadi sekedar simulasi realitas.

Baudrillard (1999) memandang era simulasi dan hiperealitas itu sendiri sebagai bagian dari rangkaian fase citraan yang berturut-turut seperti:

1. Tanda/citraan adalah refleksi yang mendasar dalam realitas
2. Tanda/citraan menutupi dan menyelewengkan dasar realitas
3. Tanda/citraan menutupi ketidakadaan dasar realitas
4. Tanda/citraan melahirkan ketidakberhubungan pada berbagai realitas apapun, ia adalah kemurnian simulakrum itu sendiri (Ritzer, 2010: 164).

Kemunculan ruang virtual sebagai ruang baru untuk berinteraksi bagi manusia mengakibatkan munculnya

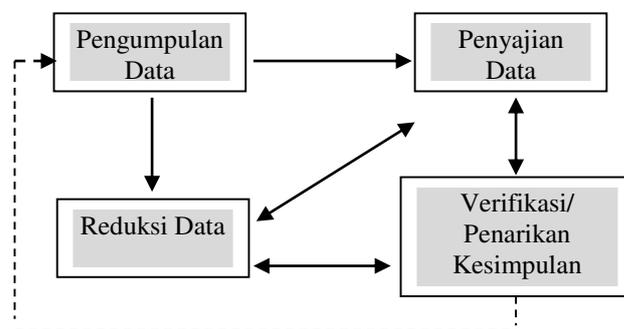
fenomena hiperkonektivitas karena batas-batas dan jarak yang ada di dunia nyata dapat dilampaui (Moran & Gossieaux, 2010). Seseorang dapat saling terhubung di mana saja dan kapan saja melalui perangkat komunikasi digital. Penggunaan internet melalui perangkat *smartphone* juga dapat mengakibatkan terjadinya hiperkonektivitas pada seseorang dan telah membentuk komunikasi *hyperreal*, yaitu suatu keadaan seseorang dapat berkomunikasi dan membicarakan apa saja meskipun tidak dalam satu ruang yang sama dan berdekatan (*face-to-face*). Ada empat istilah kunci yang mendasari analisis hiperealitas yaitu simulasi, media massa, tanda dan komunikasi. Namun penelitian ini hanya membahas mengenai simulasi yang berarti citra, simbol, gambar buatan, atau segala hal yang “menyembunyikan” kenyataan.

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang dalam. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, jika data yang terkumpul sudah cukup mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti maka tidak perlu mencari sampling lainnya (Kriyantono, 2009).

Penelitian ini berlokasi di kota pelajar “Yogyakarta” dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini tergolong pada penelitian deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui simulasi realitas sosial melalui penggunaan aplikasi *instant messaging* dan jejaring sosial di *new media*, studi pada mahasiswa Kota Yogyakarta pengguna *smartphone*. Sumber datanya terdiri atas data primer yang diperoleh langsung dari informan atau narasumber dan tidak melalui perantara. Data diambil melalui wawancara mendalam. Wawancara mendalam dapat dilakukan pada waktu dan kondisi konteks yang dianggap paling tepat guna mendapatkan data yang rinci, jujur dan mendalam (Sutopo, 2002). Sedangkan data sekundernya diperoleh melalui studi kepustakaan. Dalam teknik pengambilan data teknik yang dipilih oleh peneliti adalah *snowball sampling* dan *purposive sampling*. Kedua teknik ini dipilih karena dianggap mempermudah peneliti yang tidak mengetahui keberadaan dan aktivitas mahasiswa pengguna aplikasi *instant messenger* dan jejaring sosial di beberapa universitas di Kota Yogyakarta. Untuk menjamin

validitas data, dilakukan teknik triangulasi data dan triangulasi sumber. Dalam proses analisis data kualitatif peneliti menggunakan tiga komponen utama proses analisa, antara lain pengumpulan data, reduksi data dan sajian data.



**Gambar 2** Skema Komponen Analisis Data Model Interaktif Miles dan Huberman (1992)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang telah didapatkan melalui observasi dan wawancara yang mendalam, peneliti menemukan beberapa fenomena baru terkait penggunaan model komunikasi mahasiswa terkini, yaitu berkomunikasi menggunakan media internet melalui *smartphone* mereka. Data memperlihatkan bahwa, meskipun mereka berada dalam jarak yang sangat dekat, tetapi mereka lebih memilih untuk memperhatikan *smartphone* mereka dan melakukan berbagai aktivitas dengan *smartphonenya*, daripada berinteraksi satu sama lainnya secara langsung, bahkan terkadang tanpa mengindahkan lingkungan sosial di sekelilingnya.

### Model Komunikasi Mahasiswa Yogyakarta yang Termediasi oleh *Smartphone* melalui Aplikasi *Instant Messaging* dan Jejaring Sosial di *New Media*

Data yang didapatkan di lapangan mengatakan bahwa sebagian besar mahasiswa Kota Yogyakarta saat ini telah menggunakan *smartphone* dalam aktivitas kesehariannya. Mereka memandang bahwa memakai alat komunikasi berupa *smartphone* sudah menjadi tuntutan kemajuan zaman dan dapat mempermudah berkomunikasi dengan teman, saudara dan keluarga, bahkan juga untuk memudahkan berkomunikasi dengan dosen-dosennya. Hal tersebut serupa dengan temuan-temuan Afada (2015), Juraman (2014) dan Wiwiek (2016) yang membahas tentang motivasi dibalik penggunaan *smartphone*.

Selain itu alasan mahasiswa Kota Yogyakarta menggunakan aplikasi IM dan jejaring sosial di *smartphone* juga karena adanya tuntutan tren teknologi

dan gaya hidup digital. Suatu tren dan gaya hidup yang menuntut adanya kecepatan dalam memperoleh informasi dan berkomunikasi. Penggunaan *smartphone* juga ternyata dapat mempermudah para mahasiswa dalam mengerjakan segala tugas-tugas perkuliahan yang diberikan oleh dosen-dosen mereka. Bukan hanya itu saja, tetapi juga dapat dijadikan lahan berbisnis mendulang keuntungan dengan metode *online shop* yang tengah *happening* saat ini. *Smartphone* menciptakan model komunikasi yang menarik dan beragam. Komunikasi yang juga terjadi secara dua arah seperti halnya komunikasi di dunia nyata, juga dapat terjadi di dunia maya namun minim tatapan wajah secara langsung. Adapun intensitas waktu dalam penggunaan *smartphone* di antara masing-masing mahasiswa Yogyakarta ternyata berbeda-beda, ada mahasiswa yang menggunakan *smartphone* hanya ketika butuh melakukan komunikasi saja ataupun ketika mereka ada waktu senggang.

Mahasiswa Kota Yogyakarta sering menggunakan aplikasi IM dan jejaring sosial di *smartphone* untuk berbagai keperluan. Perangkat tersebut digunakan oleh mahasiswa mulai bangun tidur hingga tidur kembali. Hal tersebut disebabkan karena mahasiswa pengguna aplikasi IM dan jejaring sosial di *smartphone* tidak ingin melewatkan informasi dari pesan yang masuk. Setiap ada pemberitahuan masuk, mahasiswa tersebut selalu menyempatkan untuk membaca dan menanggapi. Terlebih jika mahasiswa menggunakan aplikasi tersebut untuk kebutuhan *online shop* maka mahasiswa harus sering memeriksa pesan yang masuk dan menanggapi agar pelanggan tidak kecewa. Meskipun mahasiswa sibuk dengan aktivitas perkuliahan namun mereka dapat menjalankan transaksi secara *online*, hal tersebut yang membuat intensitas penggunaan aplikasi IM dan jejaring sosial di *smartphone* menjadi tinggi.

Kemunculan berbagai layanan aplikasi IM dan jejaring sosial menjadi faktor saling terhubungnya antarmasyarakat. Keterhubungan tersebut semakin dipermudah dengan adanya perangkat komunikasi *smartphone* yang memungkinkan dapat mengakses berbagai aplikasi tersebut tanpa bantuan komputer. Ukurannya yang kecil dan dapat digenggam membuat perangkat tersebut dapat dibawa dan dioperasikan di mana saja. Seseorang menjadi bebas di mana saja dan kapan saja untuk melakukan komunikasi melalui perangkat komunikasi tersebut. Perubahan perilaku sebagai akibat pengguna perangkat *smartphone* juga dirasakan oleh sebagian besar informan yang

memanfaatkan internet untuk berkomunikasi di dunia virtual seperti menggunakan aplikasi IM dan jejaring sosial (*line, whatsapp, we chat, instagram, facebook, yahoo messenger, twitter*, dan sebagainya). Pemanfaat dari layanan aplikasi IM dan jejaring sosial di perangkat *smartphone* untuk berkomunikasi sudah menjadi rutinitas, atau kegiatan sehari-hari para mahasiswa Kota Yogyakarta, hal tersebut merupakan gambaran pada masyarakat di era budaya digital.

Meskipun beberapa mahasiswa Kota Yogyakarta mengatakan bahwa berkomunikasi menggunakan *smartphone* itu praktis, murah dan efisien, namun ada pula beberapa di antara mereka yang kebingungan menggunakannya akibat terlalu banyak mengunduh dan mengaktifkan jejaring sosial dan aplikasi *instant messenger*. Mereka harus menghabiskan banyak waktu mereka berinteraksi dengan *smartphone*-nya dibanding berinteraksi dengan lingkungan sekitar mereka. Hal lain yang sering terjadi akibat menggunakan aplikasi IM dan jejaring sosial dapat membuat baterai *smartphone* mereka cepat habis begitu juga dengan paket internet data mereka, sehingga beberapa responden mengatakan penggunaan *smartphone* terhitung pemborosan daya listrik dan pemborosan paket data internet.

Di era saling keterhubungan, mahasiswa Kota Yogyakarta pengguna *smartphone* justru menjumpai masalah baru, akibat konsekuensi logis perkembangan teknologi. Masalah baru tersebut adalah mahasiswa harus mengeluarkan biaya untuk mengakses layanan aplikasi IM dan jejaring sosial untuk berkomunikasi, yang kadang manfaatnya tidak sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Meskipun demikian, mahasiswa dapat memanfaatkan fitur *Wifi (Wireless Fidelity)* di *smartphone*, sehingga mahasiswa masih dapat menikmati layanan aplikasi tersebut meskipun tidak memiliki cukup pulsa untuk mengakses internet. Namun fitur *wifi* hanya terbatas dalam beberapa area tertentu saja (*hotspot*), misalnya area kampus, kafe, dan fasilitas umum.

Hal di atas sesuai dengan teori yang disebutkan oleh Smith (1999) dalam Rulli (2012:95). Smith mengatakan dengan interaksi virtual (CMC) dapat membentuk perilaku komunikasi di dunia maya di antaranya:

- a. *Virtual interaction via system is predominantly asynchronous*. Konferensi sistem, dan posel dapat dioperasikan berdasarkan waktu atau jadwal yang diinginkan.

b. *CMC is acorporeal because it is primarily a text-only medium.* Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya diwakili dengan teks tanpa melibatkan seluruh anggota badan.

Mahasiswa Yogyakarta pengguna aplikasi IM dan jejaring sosial melalui piranti komunikasi *smartphone* dapat menjadi "*trigger*" atau pemicu fenomena simulasi realitas yang merupakan fenomena budaya baru di kalangan mahasiswa pengguna aplikasi *smartphone*. *Multitasking* (kegiatan ganda dalam satu waktu) adalah fenomena kebudayaan baru di dalam masyarakat mutakhir sebagai akibat dari pemanfaatan teknologi digital, seperti yang terjadi pada mahasiswa Kota Yogyakarta pengguna aplikasi IM dan jejaring sosial di *smartphone*.

### **Simulasi Realitas Sosial Mahasiswa Yogyakarta melalui Jejaring Sosial dan *Instant Messaging***

Perkembangan teknologi mutakhir khususnya kemunculan teknologi simulasi, telah mengubah cara pandang manusia terhadap apa yang disebut realitas. Sebagai akibatnya perhatian manusia beralih dari realitas fisik menuju ke arah realitas yang melampaui fisik, ini dikenal dengan sebutan hiperrealitas. Baudrillard memandang era simulasi dan hiperealitas itu sendiri sebagai bagian dari rangkain fase tanda/citraan yaitu refleksi mendasar dari realitas, penyelewengan dasar realitas, atau tidak ada hubungannya sama sekali dengan realitas alias kemurnian dari simulakrum itu sendiri seperti yang di gambarkan oleh temuan data penelitian di bawah ini:

#### **a. Pembentukan Citra Mahasiswa Yogyakarta melalui *Smartphone***

Berdasarkan data penelitian yang di dapatkan di lapangan menyingkap bahwa dalam jagad perkomunikasian mahasiswa Yogyakarta terdapat berbagai fenomena-fenomena menarik. Salah satu di antaranya adalah terciptanya realitas virtual di dunia maya yang dapat menjadi tandingan dari realitas sosial aslinya di dunia maya. Artinya terdapat berbagai macam simulasi realitas sosial yang berupa simbol dan citra yang ingin ditampilkan oleh mahasiswa Yogyakarta melalui berbagai jejaring sosial dan aplikasi *Instant Messenger* di *smartphone* mereka. Dalam era simulasi, realitas tidak memiliki eksistensi yang menurut Baudrillard (1999:3) realitas telah melebur menjadi satu dengan tanda, citra model-model reproduksi tidak mungkin lagi menemukan referensi yang real, membuat pembedaan antara representasi dan

realitas, citra dan kenyataan, tanda dan ide, serta antara semu dan yang nyata.

Terkait dengan komunikasi di dunia virtual, berdasarkan data penelitian yang didapatkan juga menggambarkan bahwa ketika berkomunikasi secara virtual di *new media* biasanya orang-orang lebih gampang melontarkan unek-uneknya daripada berkomunikasi secara langsung di dunia nyata. Betapa komunikasi virtual melalui dunia maya dapat memengaruhi psikologi seseorang dalam menyampaikan informasinya di dunia maya. Hal ini sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Piliang (2011) mengenai pengaruh dunia virtual setidaknya meliputi tiga tingkatan, yaitu tingkat individual yang menyatakan dunia *cyberspace* telah menciptakan perubahan mendasar terhadap pemahaman seseorang tentang identitas, antarindividu yaitu perkembangan komunitas virtual di dalam *cyberspace* telah menciptakan relasi-relasi sosial yang bersifat virtual di ruang-ruang virtual dan antarkomunitas *cyberspace* diasumsikan dapat menciptakan satu model komunitas demokratis dan terbuka yang disebut komunitas imajiner (*imaginary community*). Meskipun begitu ada pula beberapa mahasiswa Yogyakarta yang mengatakan bahwa apa yang mereka tampilkan di *new media* melalui aplikasi *Instant Messenger* dan jejaring sosial adalah realitas yang sebenarnya tanpa bermaksud akan membentuk citra tertentu kepada orang lain.

Meskipun ada mahasiswa Yogyakarta yang mengakui bahwa informasi yang mereka *posting* di dunia virtual adalah informasi yang sebenar-benarnya, namun perlu kita ketahui juga bahwa manusia ketika berinteraksi di internet dapat memengaruhi tingkat kesadarannya terhadap apa yang "nyata (*real*)" dan apa yang "tidak nyata" yang disajikan menggunakan kecanggihan teknologi komunikasi. Setiap individu akan termediasi yang disebut oleh Baudrillard (1999) sebagai "*ecstasy of communication*", "karena", "hidup" di dalam layar komputer dan bahkan menjadi bagian dari padanya.

#### **b. Simbol-simbol yang Digunakan oleh Mahasiswa Yogyakarta dalam Berkomunikasi di Jejaring Sosial dan *Instant Messenger***

Berdasarkan data yang di dapatkan di lapangan, bahwa meskipun penggunaan komunikasi melalui *smartphone* tidak dapat dilakukan dengan secara langsung (*face to face*) namun dapat menampilkan banyak simbol-simbol atau *emoticon* yang telah tersedia di *Instant Messenger* dan jejaring sosial yang

ada di *new media*. Menurut Baudrillard (1999:3) realitas telah melebur menjadi satu dengan tanda, citra model-model reproduksi tidak mungkin lagi menemukan referensi yang real, membuat perbedaan antara representasi dan realitas, citra dan kenyataan, tanda dan ide, serta antara semu dan yang nyata. Kemudian yang ada hanyalah campur aduk di antara semuanya.

Mahasiswa Yogyakarta terlihat sangat menyukai dan merasa santai dengan fasilitas *emoticon* yang disediakan di setiap fitur-fitur yang ada baik di jejaring sosial maupun di *instant messenger*. Masing-masing aplikasi tersebut memiliki *interface* atau tampilan yang menarik sebagai media komunikasi. Selain itu yang menjadi menarik dari masing-masing aplikasi tersebut adalah adanya banyak *emoticon* yang dapat digunakan mahasiswa untuk berkomunikasi dengan orang lain. *Emoticon* atau emosikon merupakan *emotional icon* yang berwujud kombinasi simbol, huruf dan tanda yang dimaknai sebagai gambaran ekspresi wajah atau perasaan manusia (Rulli, 2012: 99). Di negara-negara Barat, kebebasan berekspresi sangat dijunjung tinggi dengan prinsip keterbukaannya, mayoritas pengguna *emoticon* dalam interaksi di dunia maya menyatakan bahwa simbol yang mereka pilih benar-benar mewakili perasaan atau ekspresi mereka yang sesungguhnya baik itu positif atau negatif.

Mahasiswa Yogyakarta melakukan interaksi secara simbolik melalui fitur-fitur yang ada dalam sosial media. Hal ini sangat menarik, dimana dalam berinteraksi, mahasiswa Yogyakarta bukan saja menampilkan pesan verbal, melainkan juga menampilkan pesan nonverbal yang mewakili ekspresi penggunaannya. Untuk menampilkan ekspresi, pengguna menggunakan emotikon sebagai simbol umum yang telah tersedia di jejaring sosial dan *instant messenger* atau memproduksi simbol sendiri. Penggunaan emotikon umum menunjukkan bahwa simbol itu memiliki makna konvensional. Sedangkan penggunaan simbol emotikon yang diproduksi sendiri akan membawa pada makna yang relatif, makna bergantung pada pengguna simbol itu sendiri. Nellis mencontohkan penggunaan akronim atau simbol emotikon sebagai substitusi isyarat nonverbal.

Nellis menggambarkan perbedaan penggunaan emotikon (*emotional icon*) yang umum dengan akronim atau singkatan umum yang biasa digunakan dalam interaksi di dunia maya seperti terlihat pada Gambar 3.



**Gambar 3** *Emotional Icon* dalam *Instant Messaging* (Sumber: [www.brilio.net](http://www.brilio.net))

**Tabel 1** Akronim dalam dunia virtual (arti simbol & akronim dapat bervariasi pada pengguna tertentu)

LOL	<i>Laughing Out Loud</i>	J/K	<i>Just Kidding</i>
ROFL	<i>Rolling On the Floor Laughing</i>	BTW	<i>By The Way</i>
IMO	<i>In My Opinion</i>	RL	<i>Real Life</i>
IMHO	<i>In My Humble Opinion</i>	VL	<i>Virtual Life</i>
JMHO	<i>Just My Humble Opinion</i>	OOO	<i>Out Of Character</i>
AFAIK	<i>As For As I Know</i>	OT	<i>Off Topic</i>
OMG	<i>Oh My God</i>	L8R	<i>Later</i>
<g	<i>Grin</i>	BRBS	<i>Be Right Back Soon</i>
<vbg>	<i>Very big grin</i>	BFN	<i>Bye For Now</i>

Munculnya berbagai layanan pesan IM seperti di atas memang banyak mengubah cara berkomunikasi seseorang. Jika dulu ketika menggunakan SMS hanya bisa bertukar kata-kata, kini cara berkomunikasi bisa lebih berwarna dan menjiwai berkat kehadiran emotikon. Seperti pepatah bilang: "*A picture says thousand words*," rasanya ada yang kurang jika obrolan di IM tidak disisipi oleh emotikon. Karena melalui simbol, ikon, simbol dan emotikon kita bisa mengekspresikan perasaan yang tidak mampu diungkapkan dalam bentuk kata-kata. Meski demikian, ada beberapa simbol di IM yang terkadang membingungkan. Bahkan, banyak pengguna yang memakai emotikon IM dengan cara yang kurang pas dan tidak tahu makna yang ada di balik emotikon tersebut.

Penggunaan *smartphone* di kalangan mahasiswa Yogyakarta berakibat pada terbentuknya relasi-relasi sosial di ruang virtual. Relasi-relasi sosial virtual

tersebut telah menggiring ke arah deterritorialisasi sosial (*social deterritorialization*), dalam pengertian bahwa berbagai interaksi sosial saat ini tidak memerlukan lagi ruang dan teritorial yang nyata secara fisik (dalam pengertian konvensional), melainkan halusinasi teritorial (virtual). Dalam ruang halusinasi tersebut, jarak bukan lagi masalah untuk berkomunikasi, bahkan dapat juga dikatakan bahwa jarak telah hilang. Selain itu pesan komunikasi yang berbentuk tulisan, suara, maupun gambar dalam aplikasi *smartphone*, dapat tersip (*archives*) secara digital di dalam komponen memori, sehingga membantu mahasiswa Kota Yogyakarta dalam mengingat pesan dan informasi yang telah disampaikan. Arsip digital yang tersimpan dalam memori dapat divisualkan kembali secara virtual.

Penggunaan *smartphone* oleh mahasiswa Yogyakarta membawa mereka dari dunia kehidupan yang nyata kemudian mentransfernya ke dunia lain yaitu dunia virtual. Sejak lahirnya *smartphone*, mereka dapat berkomunikasi dengan orang-orang di seluruh dunia dengan mudah. Namun, peningkatan penggunaan perangkat tersebut secara konstan atau berlebih juga dapat melemahkan hubungan dengan seseorang di dunia yang nyata. Fenomena yang paling umum terjadi ketika mereka berkumpul di satu tempat, tetapi masing-masing dari mereka “tinggal” di dunia yang berbeda (virtual). Dunia yang berbeda merupakan bentuk realitas simulasi dan sudah tidak sesuai dengan model dan peta dunia yang riil karena telah menciptakan dunianya sendiri. Kini berkomunikasi melalui *smartphone* di dunia virtual dapat menggantikan metode komunikasi yang dibangun sebelumnya di televisi, radio, media cetak dan komunikasi antarpribadi yang didasarkan pada model konvensional.

### c. Penggunaan Komedi Foto (Meme) dalam Jalinan Komunikasi di Dunia Virtual

Temuan penelitian ini juga mengungkap bahwa saat ini mahasiswa Kota Yogyakarta sangat suka *posting* berbagai macam komedi gambar (meme) yang biasanya mereka buat sendiri ataupun yang mereka dapatkan dari internet atau dari pesan-pesan yang mereka dapatkan dalam grup IM mereka. Meme-meme yang mereka sebar biasanya dapat berupa tokoh-tokoh tertentu yang kemudian dijadikan sebagai komedi foto. Meme juga menjadi salah satu viral yang sangat menarik yang kerap sekali digunakan dalam berkomunikasi di jejaring sosial dan aplikasi *instant*

*messenger*. Ini juga merupakan bentuk dari hiperrealitas yang berangkat dari tanda dan citra yang merupakan refleksi dari realitas, menutupi realitas yang ada atau bahkan tidak ada hubungannya sama sekali dengan realitas yang ada yaitu simulakrum itu sendiri.

Keberadaan jejaring sosial menjadi lahan yang subur bagi proses pengembangan meme. Kebanyakan meme berisi candaan atau humor yang dibuat dari kehidupan sehari-hari, kejadian masa lalu dan topik yang sedang dibicarakan masyarakat saat ini. Para kreator terkadang sengaja membuat bahan tertawaan dengan parodi-parodi. Tentu saja apa yang disampaikan melalui meme bukan selalu berisi sesuatu yang positif, melainkan juga tak luput dari sesuatu yang berisi negatif dan malah banyak yang menggunakan meme dengan bertujuan negatif. Kembali mengingat bahwa internet dan jejaring sosial tidak hanya digunakan oleh orang dewasa namun juga digunakan oleh anak-anak dan remaja. Dari bermacam-macam meme selalu ada meme yang terkesan mengejek dan bahkan berbau porno. Anak-anak dan remaja dapat membuat segala sesuatu menjadi candaan dan mengerti tentang seks dan berpacaran melalui gambar-gambar yang ada dalam meme.

Dalam hal ini, internet yang merupakan saluran penyampaian meme termasuk ke dalam media panas namun juga dapat masuk kedalam media dingin, tergantung dari daya tangkap pembaca ataupun konteks yang diberikan oleh kreator. Dapat dikatakan masuk ke dalam media panas karena konteks pesan atau informasi yang diberikan sudah cukup jelas untuk diterima siapa saja yang melihat meme tersebut. Pengguna hanya dapat melihat dan membaca terhadap apa yang disampaikan melalui meme itu. Sementara meme dapat dikatakan sebagai media dingin ketika konteks atau isi pesan dari meme tersebut sulit dimengerti sehingga mereka dibutuhkan imajinasi serta menciptakan makna sendiri melalui indra yang digunakan.

### d. Hiperrealitas dan Hiperkonektivitas Mahasiswa Yogyakarta di New Media

Selain beberapa hal yang telah dibahas di atas, penelitian ini juga menemukan bahwa munculnya aplikasi *Instant Messenger* dan jejaring sosial melahirkan bentuk komunikasi dan perilaku baru di kalangan mahasiswa Yogyakarta, yaitu interaksi di dunia maya (*new media*) yang dapat membentuk perilaku baru mahasiswa Yogyakarta dalam hal

melakukan komunikasi antara satu sama lainnya. Mahasiswa Yogyakarta mampu memodifikasi atau mengubah makna dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan tafsir mereka terhadap situasi tertentu dan mereka mampu melakukan modifikasi dan perubahan karena kemampuan mereka untuk berinteraksi dengan diri mereka sendiri, yang memungkinkan mereka memikirkan tindakan yang memungkinkan menjajaki keunggulan dan kelemahan relatif mereka, dan selanjutnya memilih tindakan yang mereka anggap terbaik buat mereka.

Tindakan mereka ini pun didukung oleh kehadiran *new media* yang dapat diakses dengan cepat dan dimana saja. Hal yang terjadi pada mahasiswa kota Yogyakarta dapat dilihat dari tiga aspek komunikasi virtual Smith (1999). Pertama, *virtual interaction is aspatial* yang berarti bahwa jarak tidak memengaruhi proses komunikasi dan interaksi. Kedua *CMC is astigmatic* yang berarti bahwa interaksi yang terjadi cenderung mengabaikan stigma terhadap individu tertentu, sebab komunikasi berdasarkan teks, suara maupun gambar tidak dapat menampilkan status atau keadaan seseorang dibandingkan apabila bertatap muka (*face-to-face*) secara langsung. Ketiga adalah, *CMC is acorporeal because it is primarily a text-only medium*. Interaksi yang terjadi melalui jaringan komputer pada dasarnya masih didominasi dengan teks tanpa melibatkan seluruh anggota badan dalam berkomunikasi (Rulli, 2012:95). Dengan memanfaatkan berbagai macam fitur IM dan jejaring sosial di *smartphone*, mahasiswa Kota Yogyakarta dapat melakukan berbagai aktivitas di dunia virtual layaknya di dunia nyata yang utama yang dilakukan mahasiswa kota melalui aplikasi IM dan jejaring sosial di *smartphone*-nya adalah untuk berkomunikasi dan berinteraksi.

## KESIMPULAN

Media baru yang diberikan melalui bentuk *smartphone* kepada mahasiswa Yogyakarta telah membentuk ruang simulasi melalui aplikasi *Instant Messenger* dan jejaring sosial di *smartphone* sehingga mengubah persepsi mahasiswa dalam berkomunikasi yaitu simulasi dan hiperrealitas sebagai bagian dari rangkain fase citraan dengan menciptakan tanda/citraan yang merupakan refleksi dari realitas atau bahkan menutupi realitas yang sebenarnya dan sengaja

menciptakan simulakrum yang tidak ada hubungannya dengan realitas kehidupan mereka sama sekali.

Perubahan itu terlihat melalui bagaimana mahasiswa yang pola pikirnya menjadi *instant*, individual, dan mudah melakukan pencitraan diri. Hal tersebut dikarenakan dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja secara *real-time*. Melalui ruang ciptaan *new media* ataupun simulasi dunia maya tersebut mahasiswa Yogyakarta melakukan aktivitas seperti layaknya di dunia yang nyata. Berbagai aktivitas yang dilakukan mahasiswa Yogyakarta bermacam-macam seperti melakukan komunikasi, mengerjakan tugas kuliah, mencari hiburan, *bisnis online shopping*, menebarkan informasi-informasi, menjalin komunikasi dengan berbagai grup dan komunitas, *mem-posting* foto-foto pilihan yang biasanya melalui proses seleksi ketat bahkan melalui editing, mengunduh jurnal-jurnal, *e-book* dan karya ilmiah lainnya, memproduksi dan menyebarkan gambar-gambar meme yang lucu atau yang berkaitan tentang aktivitas tertentu.

Selain itu, mahasiswa Yogyakarta menganggap berkomunikasi menggunakan *smartphone* di dunia maya dapat menggantikan komunikasi di dunia nyata dengan menggunakan audio, simbol-simbol (emotikon), grafis, teks dan video melalui layar *smartphone* mereka. Kegiatan ini dianggap dapat menggantikan kehadiran fisik mereka. Bahkan saat ini telah hadir aplikasi jejaring sosial baru yang bernama *Live Me*, di sini mahasiswa dapat menampilkan kegiatan sehari-harinya secara *live* dan para *follower*-nya dapat bergobrol dengan bebas di sana selama tidak ada unsur-unsur pornografi dan SARA. Mahasiswa Yogyakarta melaksanakan aktivitasnya di dunia nyata berbarengan dengan aktivitasnya di dunia maya. Bahkan beberapa dari mereka lebih banyak berinteraksi di dunia maya dari pada di dunia nyata, karena mereka merasa dapat lebih terbuka dan bebas mengutarakan apa saja di dunia maya dibanding di dunia nyata. Mereka bebas mengontruksi citra diri mereka melalui simbol, gambar (foto) dan informasi tentang kehidupan mereka yang terkadang jauh dari realitas nyatanya (hiperrealitas) karena hanya sebuah simulasi realitas di dunia maya. Selain itu juga mereka kerap memproduksi, reproduksi dan menyebarkan meme-meme terkait tokoh-tokoh tertentu yang kemudian dijadikan sebagai komedi foto. Meme menjadi salah satu viral yang sangat menarik dan kerap sekali digunakan mahasiswa Yogyakarta dalam berkomunikasi di jejaring sosial dan aplikasi *instant messenger*.

Rekomendasi yang dapat diberikan untuk mahasiswa agar dapat menyikapi dengan bijak atas kehadiran *new media* melalui *smartphone* ini, karena dapat menimbulkan ketergantungan terhadap teknologi, menciptakan keterasingan diri (alienasi) dan anti sosial. Untuk pemerintah, sebaiknya dapat memberikan edukasi terkait interaksi penggunaan *smartphone* melalui kegiatan literasi teknologi agar masyarakat dapat menggunakan teknologi dengan cerdas sehingga dapat terelakkan dari terpaan negatif perkembangan teknologi komunikasi. Edukasi dapat diberikan dengan bekerjasama dengan lembaga pendidikan dan lembaga swadaya masyarakat. Untuk peneliti lanjutan dapat menggunakan pendekatan kuantitatif agar datanya terukur dengan jelas. Selain itu penelitian lanjutan lainnya juga bisa menggunakan pendekatan *discourse analysis* agar temuan penelitiannya dapat lebih tajam dan kritis.

#### UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya atas dukungan dana yang telah diberikan oleh LPPM UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada jajaran pimpinan di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Serta dukungan tak terhingga dari suami, anak dan keluarga.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afada, H. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Menurut Ekonomi Islam (Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Baudrillard, J. (1999). *Simulacra and simulation (Translated by Sheila Faria Glaser)*. Ann Arbor: The University of Michigan Press
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 477–500.
- Feng, X. (2005). Internet and Reality. *Journal of China Youth College For Political Sciences*, 2.
- Fulgoni, G., & Lipsman, A. (2014). Numbers, please: Digital game changers: How social media will help usher in the era of mobile and multi-platform campaign-effectiveness measurement. *Journal of Advertising Research*, 54(1), 11–16.
- Gitau, S., Marsden, G., & Donner, J. (2010). After access: challenges facing mobile-only internet users in the developing world. In *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems* (pp. 2603–2606).
- Juraman, S. R. (2014). Pemanfaatan smartphone android oleh mahasiswa ilmu komunikasi dalam mengakses informasi edukatif. *Jurnal Acta Diurna*, 3(1).
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group
- Lim, F. (2008). *Filsafat Teknologi*. Yogyakarta: Kanisius
- Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss. 2014. *Teori Komunikasi (Theories of Human Communication) Edisi 9*. Jakarta. Salemba Humanika
- Mead, G. H. (1993). *The Making of Social Pragmatist*. Chicago: University Of Illinois Press Urbana And Chicago.
- Medhy, A. H. (2012). *Mengugat Modernisme Mengenali Rentang Pemikiran Postmodern Jean Baudrillard*. Yogyakarta: Jalasutra
- Miles dan Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Mola, T. (2013). *Orang Indonesia Pakai Smartphone 3 Jam 15 Menit per Hari*. <http://www.bisnis.com/m/orang-indonesia-pakai-smartphone-3-jam-15-menit-per-hari>, diakses pada tanggal 5 Agustus 2015.
- Moran, E., & Gossieaux, F. (2010). Marketing in a hyper-social world. *Journal of Advertising Research*, 50(3), 232–239.
- Qomariyah, A. N. (2009). Perilaku penggunaan internet pada kalangan remaja di perkotaan. Universitas Airlangga Surabaya.
- Ritzer, G. (2004). *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Rulli, N. (2012). *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Singhal, A., Rogers, E. M., & Brown, W. J. (1993). Harnessing the potential of entertainment-education telenovelas. *International Communication Gazette*, 51(1), 1–18. <http://doi.org/10.1177/001654929305100101>
- Smith, M. (1999). *Communities in Cyberspace*. London and New York: Routledge
- Sutopo. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Ukrisnawati, A. E. (2014). *Demam Gadget (Smartphone), Dalam Visualisasi Jati Diri Mahasiswa “Studi Kasus Delapan Mahasiswa Di Yogyakarta*, Antropologi Budaya UGM
- Piliang, Y. A. (2011). *Dunia yang dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Bandung: Matahari
- Underwood, J. D. M., Kerlin, L., & Farrington-Flint, L. (2011). The lies we tell and what they say about us: Using behavioural characteristics to explain Facebook activity. *Computers in Human Behavior*, 27(5), 1621–1626.
- Wiwiek. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Proses Pengambilan Keputusan. In Septia Winduwati; & Widiatmoko; (Eds.), *Proceeding International Conference of Communication, Industry and Community 2016* (pp. 435–445). Jakarta: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Taruma Negara.

*Halaman ini sengaja dikosongkan*