

PRODUKSI MAKNA DALAM MEDIA SOSIAL: PERSPEKTIF ANTROPOLOGI POSTMODERN

Fauziah¹, Nur Ika Sari², Nurul Musrifah³

^{1,2,3} Pendidikan Antropologi Universitas Negeri Makassar

[¹fauziahuci84@gmail.com](mailto:fauziahuci84@gmail.com) , [²nurikasari34@gmail.com](mailto:nurikasari34@gmail.com) ,

[³nurulmusrifah486@gmail.com](mailto:nurulmusrifah486@gmail.com)

ABSTRACT

The development of digital technology has transformed the way people interact, communicate, and construct meaning in social contexts. Social media is now more than just a communication tool, but has transformed into a cultural space where individuals can create, duplicate, and negotiate meaning dynamically. The purpose of this research is to analyze how meaning is produced on social media using a postmodern anthropological perspective. The methodology applied is a qualitative approach with descriptive-analytical analysis grounded in literature review and an appreciation of digital cultural phenomena. The research findings reveal that the process of meaning production on social media occurs through symbolic interactions between users, who function as both producers and consumers (prosumers). Meaning itself is not fixed, but rather is formed through a process of encoding by content creators and decoding by audiences, influenced by social backgrounds, culture, and personal experiences. From a postmodern anthropological perspective, reality on social media is fluid, variable, and devoid of a single, absolute truth. The phenomena of simulacra and hyperreality demonstrate that the boundaries between reality and digital representation are often blurred, leading to virtual reality being perceived as superior to actual reality. Furthermore, this study emphasizes the multiplicity of meanings in social media, where a single piece of content can be interpreted differently by many individuals. This suggests that social media functions as a discursive arena that allows for diverse interpretations without any governing authority. In this way, social media can be viewed as a complex cultural space in digital society, where meaning, identity, and reality are constantly created and negotiated.

Keywords: social media, production of meaning, postmodern anthropology, hyperreality, digital identity.

ABSTRAK

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara orang berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun makna dalam konteks sosial. Media sosial kini bukan hanya sekadar alat komunikasi, tetapi telah berubah menjadi ruang budaya dimana individu dapat menciptakan, menduplikasi, dan bernegosiasi mengenai makna dengan cara yang dinamis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana makna diproduksi di media sosial dengan menggunakan sudut pandang antropologi postmodern. Metodologi yang diterapkan adalah pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif-analitis yang berlandaskan studi literatur dan penghayatan fenomena budaya digital. Temuan penelitian

mengungkapkan bahwa proses produksi makna di media sosial terjadi melalui interaksi simbolik antara pengguna yang berfungsi sebagai produsen sekaligus konsumen (prosumer). Makna itu sendiri bukanlah sesuatu yang tetap, melainkan terbentuk melalui proses pengkodean oleh pembuat konten dan penguraian oleh audiens yang dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, dan pengalaman pribadi. Dari sudut pandang antropologi postmodern, kenyataan di media sosial bersifat cair, bervariasi, dan tidak memiliki satu kebenaran yang absolut. Fenomena simulakra dan hiperrealitas menunjukkan bahwa batas antara realitas dan representasi digital sering kali menjadi kabur, sehingga kenyataan virtual kerap dianggap lebih unggul daripada realitas yang sesungguhnya. Selanjutnya, penelitian ini menekankan adanya keragaman makna dalam media sosial, yang mana satu konten dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh banyak individu. Ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai arena diskursif yang memungkinkan munculnya beraneka ragam interpretasi tanpa adanya otoritas yang mengatur. Dengan cara ini, media sosial dapat dipandang sebagai ruang budaya yang rumit dalam masyarakat digital, di mana makna, identitas, dan kenyataan terus-menerus diciptakan dan dinegosiasikan.

Kata kunci: Media sosial, produksi makna, antropologi postmodern, hiperrealitas, identitas digital

A. Pendahuluan

Menurut Laimeheriwa (2018) Peralihan dari teknologi analog ke teknologi digital dalam ranah informasi secara bertahap memengaruhi dan mentransformasi setiap aspek kehidupan manusia. Dampak dan transformasi tersebut dirasakan pada nilai-nilai budaya, praktik sosial dan ekonomi, tradisi yang ada, serta berbagai bentuk keyakinan, termasuk sistem kepercayaan. Era digital telah berhasil menjadikan aliran informasi sebagai latar kehidupan manusia. Informasi terus menerus dan perlahan mengalir membanjiri individu dalam lautan

gelombang listrik yang tidak dapat dilihat. Media sosial seperti Instagram, TikTok, dan X telah menjadi elemen krusial dalam kehidupan orang-orang Indonesia.

Platform-platform ini tidak hanya berfungsi sebagai saluran komunikasi, tetapi juga sebagai tempat di mana makna terus diciptakan melalui unggahan, komentar, suka, dan konten yang diubah. Dari sudut pandang antropologi postmodern, makna tidak lagi bersifat statis atau universal, melainkan fleksibel, tergantung pada konteks, dan bisa bervariasi untuk setiap individu. Di Indonesia, fenomena seperti “musim penyembuhan”, “estetika perawatan

diri”, atau keterangan “menghidupi hidup terbaikku” sering digunakan untuk menyampaikan narasi tentang kebahagiaan dan transformasi diri. Media sosial berfungsi sebagai sarana bagi pengguna untuk membangun makna budaya dan identitas melalui gambar dan kata-kata. Ini menggambarkan pentingnya peran media sosial dalam pembentukan makna dan identitas di dunia digital (Melyna Mazlin dkk., 2025).

Pendekatan antropologi postmodern memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang dinamika ini. Sudut pandang ini menegaskan bahwa tidak terdapat satu kebenaran absolut yang mendasari setiap konten. Sering kali, gambar serta cerita yang disajikan di platform media sosial menciptakan simulasi atau hiperrealitas, di mana versi "ideal" yang muncul di layar tampak lebih nyata dan memengaruhi cara pandang dibandingkan dengan kenyataan pengalaman sehari-hari yang sebenarnya kompleks. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang yang menghasilkan makna yang terus-menerus berubah dan penuh dengan negosiasi.

Artikel ini bermaksud untuk melihat bagaimana proses produksi makna dalam media sosial? Bagaimana perspektif antropologi postmodern menjelaskan produksi makna tersebut? Dengan tujuan untuk menganalisis proses produksi makna dalam media sosial melalui perspektif antropologi postmodern.

Nurhadi (2017) menjelaskan bahwa media sosial merupakan ruang di mana pengguna secara aktif memproduksi dan mengonstruksi makna melalui interaksi, pengalaman, serta representasi diri yang mereka tampilkan. Makna dalam media sosial tidak bersifat tetap, melainkan terbentuk dari proses interpretasi yang terus berkembang sesuai dengan latar belakang sosial dan budaya individu. Dalam hal ini, pengguna tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga produsen makna yang membangun identitas serta eksistensi diri di ruang virtual.

Laimeheriwa (2018) mengemukakan bahwa masyarakat virtual dalam media sosial menunjukkan karakteristik posmodern, di mana batas antara realitas dan representasi menjadi kabur. Pengguna berperan sebagai produsen sekaligus konsumen makna

yang menciptakan simbol, citra, dan narasi yang dapat berkembang menjadi mitos sosial. Makna menjadi cair dan plural, serta tidak lagi memiliki kebenaran tunggal, sehingga realitas virtual sering kali dianggap lebih dominan dibanding realitas nyata.

Ardhianto (2020) menekankan bahwa perkembangan media digital menuntut pendekatan baru dalam antropologi, khususnya melalui etnografi digital sebagai metode untuk memahami praktik budaya di ruang virtual. Dalam konteks ini, media sosial dipandang sebagai arena interaksi sosial yang kompleks, di mana makna diproduksi melalui praktik komunikasi, simbol, dan relasi antar pengguna. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa budaya digital merupakan bagian dari dinamika sosial yang terus berubah.

Arsita (2018) menjelaskan bahwa media sosial dapat dipahami melalui konsep simulakra, di mana realitas yang ditampilkan merupakan hasil konstruksi tanda dan citra yang tidak lagi merujuk pada realitas asli. Dalam perspektif posmodernisme, pengguna media sosial lebih banyak berinteraksi dengan representasi simbolik daripada realitas itu sendiri. Hal ini menyebabkan munculnya

hiperrealitas, yaitu kondisi ketika batas antara realitas dan simulasi menjadi tidak jelas.

Artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam kajian antropologi postmodernisme, khususnya dalam menganalisis proses pembentukan makna di media sosial dalam konteks masyarakat digital di Indonesia. Dari sudut pandang ini, media sosial dipandang tidak hanya sebagai alat komunikasi, melainkan juga sebagai ruang budaya di mana makna, identitas, dan realitas senantiasa dibentuk, dinegosiasikan, dan direproduksi secara dinamis oleh individu. Makna yang terbentuk bersifat cair, beragam, dan tergantung konteks, sejalan dengan pandangan postmodern yang menolak adanya kebenaran tunggal, sedangkan fenomena simulakra dan hiperrealitas menggambarkan semakin tidak jelasnya batas antara kenyataan dan representasi digital. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan pentingnya penggunaan pendekatan antropologi postmodern dalam memahami dinamika budaya saat ini serta membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut mengenai perubahan

makna, identitas, dan praktik sosial di era digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis deskriptif-analitis yang didasari oleh studi literatur dan pemahaman fenomena budaya digital. Pendekatan ini sangat relevan karena memungkinkan kajian yang mendalam terhadap perubahan makna yang dinamis dan beragam, di mana pengguna berfungsi sebagai prosumer dalam proses encoding yang dilakukan oleh pencipta konten dan penguraian oleh masyarakat, yang terpengaruh oleh konteks sosial dan budaya. Metode ini sejalan dengan paradigma postmodern yang menolak kebenaran absolut, seperti yang tercermin pada ide simulakra dan hiperrealitas oleh Jean Baudrillard, yang menunjukkan bahwa batas antara kenyataan fisik dan representasi digital tidak jelas, sehingga analisis simbolik menjadi sangat penting untuk mengungkapkan keberagaman interpretasi tanpa kehadiran satu otoritas. Dengan demikian, metodologi ini bukan hanya bersifat deskriptif tetapi juga kritis, memberikan kesempatan untuk

etnografi digital sebagai perpanjangan empiris untuk memahami negosiasi identitas dan kenyataan di dunia maya Indonesia.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil Penelitian

a. Media Sosial Sebagai Arena Produksi Makna

Media sosial saat ini tidak hanya dipandang sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai platform sosial yang secara aktif menghasilkan dan menyebarkan arti. Dalam dunia digital ini, individu berperan sebagai pencipta serta konsumen (prosumer) yang secara bersamaan mengembangkan, menyebarkan, dan memahami simbol-simbol budaya (Fuchs, 2021).

Proses pengembangan makna di media sosial berlangsung melalui praktik representasi yang melibatkan berbagai komponen seperti teks, gambar, video, dan simbol lainnya. Arti tidak melekat secara otomatis pada konten, melainkan terbentuk lewat interaksi antar pengguna di platform digital. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh (Rifa'i, 2024) yang menyatakan bahwa media

sosial berfungsi sebagai tempat pembentukan realitas, di mana makna dihasilkan melalui interaksi simbolik di antara pengguna.

Hasil temuan tersebut sejalan dengan penelitian yang dipublikasikan dalam jurnal "Transformasi Budaya dalam Media Sosial: Pengaruh terhadap Identitas Generasi Muda", menunjukkan bahwa media sosial berperan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai tempat interaksi budaya yang memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk membangun dan merubah identitas mereka. Dalam hal ini, setiap aktivitas digital seperti berbagi konten, berkomentar, dan berinteraksi menjadi bagian dari proses produksi makna yang berlangsung secara berkesinambungan (Putri & Nabila, 2022)

Dari perspektif antropologi postmodern, realitas yang dipresentasikan dalam media sosial bersifat dinamis, terpecah-pecah, dan tergantung pada konteks. Ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai wilayah di mana realitas sosial tidak hanya direfleksikan tetapi juga

dibangun secara aktif melalui praktik budaya digital (Sumarni, 2017). Dengan demikian, media sosial dapat dipahami sebagai arena penting dalam proses produksi makna di era digital, serta sebagai tempat di mana identitas dan budaya terus dinegosiasikan.

b. Produksi Makna Media Sosial dalam Perspektif Antropologi Posmodern

Dalam kerangka antropologi postmodern, cara pembentukan makna di media sosial dipahami sebagai suatu proses yang fleksibel, transparan, dan tidak pernah sepenuhnya konstan. Media sosial lebih dari sekadar sarana komunikasi; ia berfungsi sebagai wilayah budaya di mana beragam makna diciptakan, dinegosiasikan, dan diperdebatkan oleh berbagai pihak yang terlibat. Proses ini dapat diuraikan melalui dua langkah utama, yaitu encoding oleh pencipta konten dan decoding oleh khalayak.

Pada langkah encoding, pencipta konten merangkai pesan dengan mempertimbangkan latar belakang sosial, budaya, ideologi, dan kepentingannya. Hasil konten yang dibuat biasanya

mencerminkan suatu usaha tertentu, seperti membangun identitas pribadi, mencari pengakuan, atau mengekspresikan nilai-nilai tertentu. Dalam konteks media sosial, aktivitas ini sering kali berhubungan dengan hasrat individu untuk menampilkan keberadaan mereka dalam dunia digital (Basarah, 2018). Oleh karena itu, makna awal yang “ditanamkan” dalam konten tidak bersifat netral, melainkan penuh dengan kepentingan dan konstruksi sosial.

Namun, dalam pandangan postmodern, makna tidak terhenti pada fase penciptaan. Ketika proses decoding berlangsung, audiens mengambil peran aktif dalam menafsirkan pesan. Setiap orang membawa latar belakang pengalaman, pengetahuan, budaya, dan kondisi sosial yang beragam, sehingga satu konten yang sama dapat memiliki berbagai penafsiran. Penelitian

menunjukkan bahwa cara audiens memahami pesan dipengaruhi oleh banyak faktor, seperti pendidikan, pengalaman pribadi, lingkungan sosial, hingga kebiasaan dalam konsumsi media (Sabila, 2021). Hal

ini menekankan bahwa audiens bukanlah penerima yang pasif, melainkan aktor aktif yang juga terlibat dalam “produksi” makna.

Lebih dalam, antropologi postmodern memahami bahwa arti di media sosial bersifat fluktuatif dan senantiasa bertransformasi. Istilah, tanda, dan gambaran yang terdapat dalam konten digital mengalami perubahan, pengembangan, bahkan penciptaan makna baru sesuai dengan konteks interaksi online (Dian Maharani dkk., 2025). Fenomena ini menggambarkan bahwa makna tidaklah tunggal, melainkan beragam dan tergantung konteks.

Oleh karena itu, dalam media sosial, makna tidak sepenuhnya dapat diatur oleh pencipta konten. Meskipun pencipta konten melakukan pengkodean dengan tujuan tertentu, penonton tetap memiliki kebebasan dalam melakukan pengartian sesuai dengan sudut pandang masing-masing. Dalam perspektif antropologi postmodern, proses ini menegaskan bahwa realitas sosial di media digital adalah hasil kolaborasi yang terus berubah,

bukan sesuatu yang bersifat tetap dan absolut.

c. Pluralitas Makna dalam Media Sosial

Salah satu karakteristik utama media sosial dalam perspektif postmodern adalah munculnya keberagaman makna. Dalam ruang digital, sebuah konten tidak lagi memiliki makna yang bersifat tetap, melainkan dapat dipahami secara berbeda oleh setiap individu. Perbedaan ini dipengaruhi oleh latar belakang sosial, budaya, pengalaman, serta posisi ideologis masing-masing pengguna.

Media sosial menyediakan ruang terbuka yang memungkinkan pengguna untuk menafsirkan dan memaknai konten sesuai dengan sudut pandang mereka. Berbagai bentuk interaksi seperti komentar, likes, shares, maupun remix content menunjukkan bahwa audiens turut berperan aktif dalam membentuk ulang makna. Dengan demikian, makna tidak lagi sepenuhnya berada di tangan pembuat konten, tetapi merupakan hasil dari interaksi kolektif di ruang digital.

Hal ini sejalan dengan pembahasan dalam jurnal "Media

dalam Pendekatan Pemikiran Postmodern atau Dekonstruksi", yang menyatakan bahwa dalam era postmodern, kebenaran tidak lagi bersifat absolut, melainkan relatif dan bergantung pada interpretasi subjektif [OBJ]. Media berfungsi sebagai ruang diskursif yang memungkinkan beragam makna muncul secara bersamaan tanpa adanya otoritas tunggal yang menentukan kebenaran.

Penelitian dari Wulansari dkk (2024) juga menunjukkan bahwa media sosial berkontribusi dalam membentuk identitas dan makna yang beragam melalui interaksi digital yang intens. Identitas pengguna tidak bersifat statis, melainkan terus berkembang melalui proses komunikasi dan representasi diri di media sosial. Hal ini menegaskan bahwa makna bersifat terbuka dan dipengaruhi oleh konteks sosial masing-masing individu.

Selain itu, Mukti (2024) juga menjelaskan bahwa media sosial memungkinkan konstruksi makna terjadi secara cepat dan luas melalui penyebaran informasi yang masif. Konten yang menjadi viral dapat dimaknai secara berbeda

oleh berbagai kelompok masyarakat dalam waktu yang hampir bersamaan. Proses distribusi yang cepat ini mempercepat munculnya beragam interpretasi yang saling bersaing di ruang publik digital.

Fenomena tersebut mencerminkan karakter masyarakat postmodernisme yang menolak keberadaan kebenaran tunggal (*single truth*). Dalam hal ini, makna bersifat relatif dan selalu bergantung pada perspektif individu maupun kelompok sosial. Tidak ada interpretasi yang dapat dianggap paling benar, karena setiap makna merupakan hasil konstruksi sosial yang dipengaruhi oleh pengalaman dan konteks tertentu.

Sebagai ilustrasi, sebuah konten viral dapat dimaknai sebagai hiburan oleh sebagian pengguna, namun oleh pengguna lain dapat dipandang sebagai kritik sosial, satire, atau bahkan pelanggaran norma. Perbedaan penafsiran ini menunjukkan bahwa makna bersifat plural dan selalu terbuka untuk dinegosiasikan.

Dengan demikian, pluralitas makna dalam media sosial

menunjukkan bahwa realitas digital tidak bersifat objektif, melainkan merupakan hasil dari berbagai interpretasi yang terus berkembang. Kondisi ini menegaskan bahwa media sosial bukan sekadar sarana penyebaran informasi, tetapi juga ruang di mana makna diproduksi, diperdebatkan, dan dikonstruksi ulang secara berkelanjutan dalam masyarakat digital.

d. Simulasi, Reperesentasi dan Dekonstruksi terhadap Makna

Dalam pandangan postmodern, media tidak lagi hanya menyampaikan realitas secara langsung, melainkan menciptakan realitas melalui proses simbolik yang dipengaruhi oleh ideologi dan perspektif tertentu. Hal ini menyebabkan munculnya simulasi, yaitu situasi di mana realitas yang ditayangkan media menjadi "realitas yang diciptakan" dengan batasan yang samar dengan kenyataan. Sementara itu, dekonstruksi menolak adanya makna yang baku dan absolut dengan meruntuhkan struktur bahasa serta teks, sehingga makna menjadi bersifat plural dan terbuka

untuk diinterpretasikan kembali oleh audiens. Maka, makna dalam konteks masyarakat postmodern bersifat relatif, merupakan hasil dari konstruksi, dan tidak bersifat tunggal (Kustiawan dkk., 2023).

Media tidak lagi hanya sekadar merepresentasikan realitas, tetapi membentuknya melalui konstruksi simbolik yang dipengaruhi oleh ideologi dan pandangan tertentu. Proses ini menghasilkan representasi yang bersifat relatif dan tidak objektif. Simulasi terjadi ketika realitas yang ditawarkan oleh media menjadi "realitas yang diciptakan" yang menggantikan kenyataan, sehingga batas antara yang nyata dan yang tidak menjadi samar. Masyarakat lebih banyak berinteraksi dengan tanda dan citra dibandingkan dengan realitas itu sendiri. dekonstruksi melihat makna sebagai sesuatu yang tidak tetap, melainkan dapat dibongkar dan diinterpretasikan kembali. Bahasa tidak lagi menyampaikan realitas dengan pasti, sehingga makna menjadi beragam dan terbuka untuk berbagai interpretasi (Jauhari, 2017).

Dalam pandangan postmodernisme, representasi

tidak lagi berfungsi sebagai cermin realitas yang objektif, melainkan menciptakan realitas melalui sistem simbol dan citra. Media serta budaya populer membentuk makna yang bersifat simbolis, sehingga yang dianggap sebagai "nyata" sesungguhnya merupakan produk dari konstruksi sosial (Agustina dkk., 2025).

Konsep simulasi menggambarkan bahwa realitas yang ditunjukkan tidak lagi mengacu pada kenyataan yang asli, tetapi telah menjadi suatu realitas baru (simulacra). Dalam situasi ini, perbedaan antara realitas dan representasi menjadi tidak jelas, bahkan realitas dapat "hilang" di bawah dominasi citra dan tanda yang terus diulang (Agustina dkk., 2025). Akibatnya, makna tidak lagi berakar pada kenyataan, tetapi pada relasi antar tanda yang bersifat ilusi. Di sisi lain, dekonstruksi makna berfokus pada pengungkapan berbagai kebenaran yang dianggap mapan dan universal. Makna dipahami sebagai produk dari interpretasi yang subjektif dan bersifat relatif, sehingga setiap teks atau realitas senantiasa dapat ditafsirkan

kembali. Oleh karena itu, tidak ada satu makna yang tunggal, melainkan keberagaman makna yang terus berubah (Setiawan & Sudrajat, 2018).

Secara keseluruhan, simulasi mengambil alih realitas, representasi menciptakan makna simbolis, dan dekonstruksi membongkar klaim kebenaran yang tunggal semua ini menunjukkan bahwa dalam masyarakat postmodern, makna bersifat relatif dan konstruktif.

D. Kesimpulan

Berdasarkan ulasan yang terdapat dalam tulisan ini, dapat disimpulkan bahwa platform sosial telah berevolusi menjadi area budaya yang rumit dalam dunia digital, bukan hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai tempat utama dalam penciptaan makna. Dari sudut pandang antropologi postmodern, makna yang tercipta di platform sosial bersifat fleksibel, berubah-ubah, dan beraneka ragam, serta tidak memiliki satu kebenaran yang pasti.

Proses penciptaan makna berlangsung melalui interaksi antara pengguna yang berfungsi sebagai pencipta dan sekaligus pengguna

(prosumer), lewat tahapan pengkodean oleh pembuat konten dan pengdekodean oleh penonton. Dalam proses ini, penonton tidak lagi bersikap pasif, melainkan terlibat aktif dalam mengartikan dan membentuk kembali makna sesuai dengan latar belakang sosial, budayanya, dan pengalaman yang dimiliki.

Selain itu, fenomena simulakra dan hiperrealitas menunjukkan bahwa batasan antara yang nyata dan representasi digital semakin mengabur, sehingga realitas yang muncul di media sosial kerap kali lebih berpengaruh dalam membentuk persepsi dibandingkan dengan kenyataan yang sesungguhnya. Ini menguatkan pandangan postmodern bahwa realitas sosial adalah hasil dari konstruksi yang senantiasa berubah.

Dengan demikian, platform sosial dapat dimaknai sebagai ruang diskursif yang memfasilitasi munculnya berbagai interpretasi dan negosiasi makna secara terus-menerus. Oleh karena itu, pendekatan antropologi postmodern menjadi penting untuk memahami dinamika budaya, identitas, dan realitas dalam era digital yang terus berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, T. P., Piouli M, R. M., Sununianti, V. V., Istiqoma, & Kurniawan, D. A. (2025). Simulasi Dan Simulakra Jean Baudrillard Dalam Dinamika Budaya Konsumsi Berlebihan Masyarakat Postmodern. *An-Nas: Jurnal Humaniora*, 9(1), 108–126.
- Ardhianto, I. (2020). Mereimajinasi Metodologi dan Mengatasi Sains Fiksi: Pendekatan-Pendekatan dalam Antropologi terhadap Fenomena Mediasi Digital. *Human Narratives*, 1(2), 66–75.
<https://doi.org/10.30998/hn.v1i2.324>
- Arsita, A. (2018). Simulakra Baudrillard dalam Multidimensi Posmodernisme: Kajian Fotografi Makanan dalam Media Sosial Instagram. *REKAM: Jurnal Fotografi, Televisi, dan Animasi*, 13(2), 85.
<https://doi.org/10.24821/rekam.v13i2.1932>
- Basarah, F. F. (2018). Media Sosial Sebagai Sarana Eksistensi Diri (Reception Analysis Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 2016). *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1–15.
<https://doi.org/10.21009/Communicology.06.01>
- Dian Maharani, Hasea Sabam Simanjuntak, Nailah Cahyani, Rowimatul Hazizah, & Yuliana Sari. (2025). Makna dalam Era Digital: Kajian Semantik Terhadap Bahasa di Media Sosial Indonesia. *Jejak digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 841–862.
<https://doi.org/10.63822/capxn478>
- Fuchs, C. (2021). *Social media: A critical introduction* (Third edition). SAGE.
- Jauhari, M. (2017). *Media Sosial: Hiperrealitas Dan Simulakra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard*. 20.
- Kustiawan, W., Multazam, D. I., & Restilia, T. (2023). Media dalam Pendekatan Pemikiran Postmodern atau Dekonstruksi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(2), 297–306.

- Laimeheriwa, M. C. (2018). Masyarakat Virtual, Mitos Dan Perilaku Konsumtif. *Kenosis: Jurnal Kajian Teologi*, 4(1), 23–38.
<https://doi.org/10.37196/kenosis.v4i1.49>
- Melyna Mazlin, R., Fikri Zuhriyah, L., Syam, N., & Hanifah, N. (2025). Komodifikasi Dakwah Melalui Media Sosial Instagram. *Idarotuna*, 7(1), 1.
<https://doi.org/10.24014/idarotuna.v7i1.36108>
- Mukti, I. (2024). *Social Construction Of Mass Media On Voter Preferences In The 2024 General Election. Journal of Comunitacion Resarch*, 2(2).
- Nurhadi, Z. F. (2015). *Konstruksi Makna Media Sosial Path Bagi Pengguna*.
- Putri, A. F. H., & Nabila, A. P. (2022). Transformasi Budaya Dalam Media Sosial: Pengaruh Terhadap Identitas Generasi Muda. *Jurnal Kajian Budaya, Bahasa dan Sastra*, 02(05).
- Rifa'i, A. B. (2024). Realitas Media dan Konstruksi Sosial Media. *Journal of Islamic Social Science and Communication*, 3(1).
- Sabila, G. A. (2021). *Decoding Encoding Pesan di Media Sosial (Proses Pemaknaan tentang Kesehatan Mental di Akun Instagram @petualanganmenujusesuatu pada Mahasiswa Universitas Gadjah Mada)* [Tesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Setiawan, J., & Sudrajat, A. (2018). Pemikiran Postmodernisme Dan Pandangannya Terhadap Ilmu Pengetahuan. *Jurnal Filsafat*, 28(1), 25.
<https://doi.org/10.22146/jf.33296>
- Sumarni, L. (2017). *Social Media Construction In The Post Modernist Era. International Conference on Social Sciences*.
- Wulansari, Y. D., Afcarina, J. S., Zahrafani, S. A. W., & Afifah, W. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Konstruksi Identitas Mahasiswa Universitas Jember. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 336–346.
<https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.768>