

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut Teori Hierarki Kebutuhan Maslow, terdapat lima kebutuhan yang menjadi kebutuhan dasar setiap individu (Santoso, 2010:111). Kebutuhan fisik, kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan akan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri merupakan lima tingkatan kebutuhan dasar dari setiap individu. Makanan merupakan salah satu kebutuhan fisik manusia yang harus dipenuhi oleh setiap manusia. Hal ini didasarkan karena, makanan adalah kebutuhan utama yang harus dipenuhi untuk memenuhi kebutuhan lanjut lainnya (Maslow dalam Herlinda, 2015:88). Maka itu artinya makan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus dipenuhi oleh setiap individu untuk dapat menjalani dan melangsungkan kehidupannya. Namun, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang berkembang dengan pesat saat ini menyebabkan makanan tidak lagi dipandang dan berfungsi hanya sebagai kebutuhan utama yang harus dipenuhi.

Makanan pada era modern ini sudah menjadi sebuah gaya hidup (Antonio, 1997: 404). Gaya hidup pada era modern ditandai dengan cara-cara hidup yang mengikuti dan sejalan dengan kemajuan perkembangan teknologi dan komunikasi. Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan makanan mulai mengalami perubahan fungsi, yang pada awalnya makanan berfungsi sebagai sesuatu yang mengenyangkan perut, dinikmati kelezatannya ataupun untuk memenuhi kebutuhan gizi setiap individu, saat ini berubah sebagai suatu penanda

dalam kehidupan sosial masyarakat. Masyarakat saat ini yang berada di masa teknologi berkembang dengan pesat serta informasi dapat terakses dengan cepat dan tanpa batas, terutama di kalangan remaja, akhir-akhir ini menjadikan makanan sebagai suatu unggahan yang dibagikan kepada teman-teman di media sosialnya.

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Haenlein, 2010:59). Berbagai jenis media sosial berkembang dengan berbagai keunggulannya untuk saling membagikan unggahan dan dalam mendukung hubungan antar-muka (*interface*). Instagram adalah salah satu diantaranya.

Berdasarkan Hasil Riset dari Cupo Nation Indonesia pada Januari 2019 pengguna media sosial Instagram menempati posisi ke 2 pengguna terbanyak setelah Facebook dengan total pengguna sebanyak 56 juta orang. Indonesia juga merupakan negara ke-4 pengguna Instagram terbesar mengalahkan Rusia, Turki, Inggris dan Jepang (www.cuponation.co.id diakses pada 25 Desember 2019).

Dilansir dari okezone.com Indonesia menjadi salah satu negara dengan jumlah pengguna terbanyak. Pengguna layanan Instagram di Indonesia 89% berasal dari kalangan usia 18-34 tahun yang mengakses Instagram setidaknya seminggu sekali. Dimana, perempuan mendominasi dengan porsi 63%.

Media sosial Instagram seringkali dijadikan wadah oleh para penggunanya untuk berlomba-lomba mengunggah berbagai aktivitas yang mereka lakukan setiap harinya. Mereka secara aktif mengunggah dan membagikan berbagai

aktivitas kepada para pengikutnya. Aktivitas tersebut biasanya mulai dari aktivitas yang mereka kerjakan, orang yang mereka temui, setiap acara yang mereka datangi, setiap film yang mereka tonton dan makanan yang mereka makan.

Kemajuan teknologi secara sadar membuka ruang kehidupan manusia semakin luas (Bungin, 2007:160). Ruang kehidupan manusia saat ini menyebabkan makanan tidak lagi dilihat sebagai suatu aktivitas pemenuhan kebutuhan biologis semata. Makanan telah berkembang menjadi simbol dan tanda yang dapat ditunjukkan secara *online* melalui media sosial untuk menunjukkan status sosial seseorang.

Perilaku konsumsi saat ini juga tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang murni ekonomis dan berdasarkan pilihan rasional saja, akan tetapi terdapat sistem budaya dan sistem pemaknaan sosial yang mampu mengarahkan pilihan individu atas suatu komoditas (Baudrillard, 2011:74). Makanan saat ini tak lagi dikonsumsi individu untuk memenuhi kebutuhan pokok. Makanan di zaman perkembangan teknologi mengalami perubahan dan telah beralih fungsi, makanan dikonsumsi bukan lagi atas dasar lezatnya ataupun kualitas gizi pada makanan tersebut, melainkan individu sekarang ini cenderung mengkonsumsi makanan sebagai suatu simbol untuk makna yang diperoleh dari makanan tersebut.

Menurut Ellul dan Goulet, teknologi secara fungsional telah menguasai masyarakat, bahkan pada fungsi yang substansial seperti mengatur beberapa sistem norma di masyarakat, seperti sistem komunikasi, seni, pertunjukan dan sebagiannya (Bungin, 2007: 173). Media sosial pada masyarakat postmodern saat ini mengubah pandangan terhadap makanan. Makanan dulunya hanya dipandang

untuk memenuhi kebutuhan pokok sekarang berubah. Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan foto maupun video makanan yang diunggah sekarang lebih penting dibanding rasa ataupun kualitas makanan itu sendiri. Penampilan dan penyajian makanan saat ini lebih diutamakan dibanding rasa makanan.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang populer saat ini karena memiliki berbagai kelebihan yang tidak dimiliki oleh media sosial lainnya. Adapun berbagai kelebihan Instagram diantaranya ialah Instagram mampu bersifat privasi, menyediakan akun bisnis dan mempunyai berbagai fitur-fitur yang menarik. Fitur-fitur menarik Instagram diantaranya *home page*, *comments*, *explore*, *profil*, *news feed*, *direct message*, dan dua fitur terbaru lainnya yaitu IG TV dan *Instagram stories*. IG TV dan Instagram stories pertama kali diperkenalkan pada bulan Agustus 2016.

Fitur Instagram yang menarik membuatnya banyak digunakan oleh masyarakat. Menurut data pribadi Instagram dalam artikel di kompas.com yang dibagikan ke khalayak media pada tahun 2016, Rata-rata pengguna Instagram memposting 150 foto dalam sebulan, dengan lebih dari 80 juta foto dan video dibagikan secara global setiap harinya dan menghasilkan 3,5 miliar likes per hari. Dimana sebanyak 97% masyarakat Indonesia menuliskan komentar pada postingan dan menandai (*mention*) teman-teman mereka yang mendorong proses pencarian di Instagram, 88% pengguna menggunakan *filter* dan 97% menggunakan fitur *search* untuk mencari informasi yang lebih spesifik serta 49% juga membeli produk dari penjual/ *brand* yang mereka ikuti (*follow*). Menurut artikel di Kompas.com, masyarakat Indonesia juga cenderung menggunakan

Instagram untuk mencari inspirasi, membagi pengalaman saat bepergian, atau mencari informasi dan tren terbaru. Adapun kategori konten yang paling banyak dibagikan di Instagram oleh masyarakat di Indonesia, seperti swafoto, makanan yang dimakan, barang yang dibeli, barang yang mau dijual, foto atau video dari keluarga ,peristiwa khusus, tempat-tempat yang pernah dikunjungi, binatang peliharaan, alam terbuka foto atau video dari perjalanan, kutipan atau meme serta foto atau video yang ditemukan secara daring (Kompas.com diakses pada 20 Desember 2019).

Pada saat ini Instagram merupakan salah satu media yang menjadikan makanan sebagai konten unggahannya. Hasil jajak pendapat Litbang Kompas (2015) juga menunjukkan, sebanyak 136 dari 593 responden di 12 kota di Indonesia mengaku pernah mengunggah foto makanan di media sosial. Tiga aplikasi teratas sering digunakan berbagi foto makanan adalah Facebook (39,7%), Instagram (25,7%), dan BBM (18,4%) (Kompas.com diakses pada 20 Desember 2019).

Fenomena mengunggah foto maupun video makanan di media sosial Instagram ini pun menjadi sesuatu yang seolah-olah normal saat ini. Bahkan ketika seseorang merasa sangat lapar, orang tersebut akan berusaha terlebih dahulu untuk memotret makanan tersebut dengan mencari sudut dan pose yang tepat agar dapat menghasilkan foto yang bagus. Hasil foto yang menarik inilah yang kemudian akan diunggah penggunaanya di Instagram. Media sosial saat ini khususnya Instagram membuat masyarakat menciptakan realitas semu pada makanan.



Penggunaan Instagram saat ini banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa di Sumatera Barat khususnya di Kota Padang. Mahasiswa yang merupakan orang yang belajar di perguruan tinggi (Badan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2016). Berdasarkan hasil temuan yang dilakukan oleh TNS yang merupakan sebuah lembaga riset dari Inggris, pengguna Instagram di Indonesia 59% adalah anak muda usia 18-24 tahun yang terdidik dan mapan (Okezone.com diakses 25 Maret 2020). Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar pengguna Instagram berada dalam kategori usia remaja akhir.

Bagi penggunanya Instagram telah menjadi candu. Setiap harinya penggunanya sering mengunggah foto dan video, membuat *Instastory*, melakukan siaran langsung, berjelajah dalam fitur *explorer*, dan lain sebagainya. Penulis sering melihat berbagai unggahan mahasiswa Universitas Andalas makan ditempat makan yang cantik ataupun unggahan makanan dengan penampilan yang begitu menarik. Realitas makanan yang sebenarnya telah mengalami perubahan. Perubahan tersebut dilakukan dengan berbagai aplikasi yang mampu merekayasa unggahan, foto maupun video makanan sering penulis temukan. Makanan yang sebenarnya biasa saja menjadi makanan yang terlihat *aesthetic*, *Instagramable* dan menggiurkan dan menjadi sangat berbeda dengan kenyataan yang sebenarnya.

Kemampuan teknologi media elektronika memungkinkan perancang *agenda setting* media dapat menciptakan realitas dengan menggunakan satu model produksi yang oleh Jean Baudrillard disebutnya simulasi (Piliang, 1998:228). Masyarakat sekarang ini merupakan masyarakat yang dibanjiri oleh citra dan informasi, membuat simulasi dan citra menjadi suatu hal yang paling diminati dan

diperhatikan dalam kebudayaan masyarakat postmodern (Ritzer, 2003:161). Makanan merupakan sesuatu realitas yang sebenarnya nyata. Namun saat ini, makanan telah menjadi realitas sendiri yang semu. Unggahan foto maupun video makanan di Instagram telah menggantikan posisi pada ruang nyata menjadi ruang semu.

Ruang semu menjadikan ruang nyata sebagai sumber utama reproduksi. Baudrillard menyebut fenomena ini sebagai hiperrealitas (Ritzer, 2003: 163). Hiperrealitas dapat diartikan sebagai suatu realitas yang terbentuk dengan sendirinya melalui simulasi dan simulakra yang penuh dengan rekayasa.

1.2. Rumusan Masalah

Perkembangan teknologi yang pesat menyebabkan terjadinya realitas semu. Masyarakat postmodern saat ini menciptakan suatu realitas semu yang merupakan suatu realitas yang diciptakan tidak sama dengan realitas yang sebenarnya. Media sosial khususnya Instagram yang sedang populer saat ini sering dijadikan wadah untuk merekayasa unggahan oleh para penggunanya. Unggahan foto dan video makanan merupakan salah satu unggahan yang saat ini sering direkayasa. Perekayaan dilakukan dengan cara foto maupun video makanan di Instagram diedit dengan sedemikian rupa agar lebih menarik. Realitas makanan yang sebenarnya telah dirubah. Makanan yang seharusnya menjadi kebutuhan dasar manusia mengalami perubahan dan dialihfungsikan untuk dinikmati keindahannya bukan rasa, kualitas ataupun kandungan gizinya.

Dalam beberapa kasus yang ditemui di lapangan melalui observasi yang dilakukan penulis ditemukan cukup banyak pengguna Instagram yang

mengunggah atau membagikan foto makanan di Instagramnya. Penulis menemukan beberapa orang mahasiswa di Universitas Andalas yang sering mengunggah foto maupun video makanan di Instagram. Di akun Instagramnya mahasiswa tersebut menampilkan *feed* Instagram yang cantik dengan unggahan makanan yang *aesthetic*, *Instagramable* dan menggiurkan. Hal ini dirasa menarik bagi penulis untuk diteliti karena seharusnya makanan yang dimakan untuk bisa dinikmati rasa, kualitas dan kandungan gizinya sekarang telah mengalami perubahan fungsi menjadi salah satu unggahan utama seseorang di Instagram. Maka dari itu, berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah penulisan yakni: **Bagaimana hiperrealitas makanan itu terjadi dan mengapa hiperrealitas dilakukan oleh mahasiswa Universitas Andalas di Instagram?**

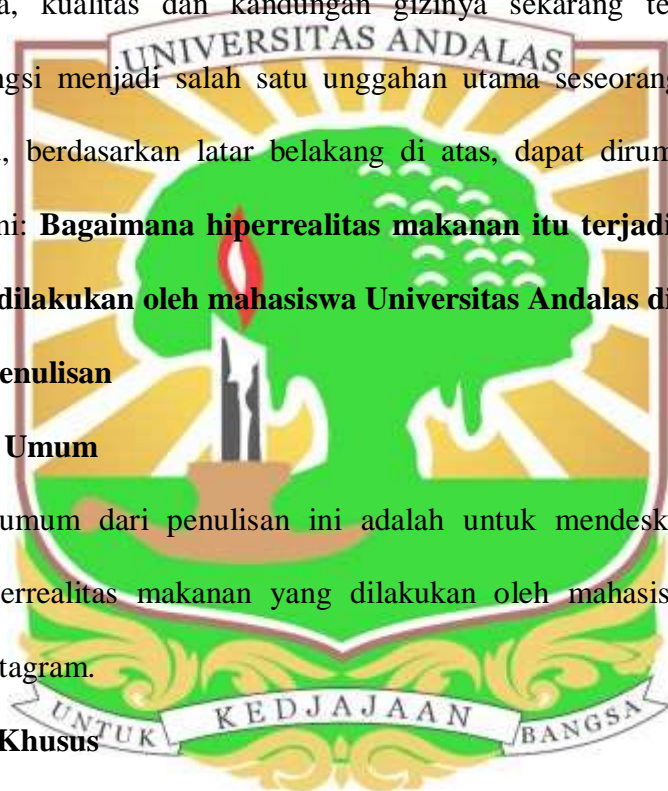
1.3. Tujuan Penulisan

1.3.1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penulisan ini adalah untuk mendeskripsikan proses terjadinya hiperrealitas makanan yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Andalas di Instagram.

1.3.2 Tujuan Khusus

1. Mendeskripsikan bentuk hiperrealitas makanan yang dilakukan oleh mahasiswa di Instagram.
2. Menjelaskan alasan yang menarik terjadinya hiperrealitas makanan yang dilakukan oleh mahasiswa di Instagram.



1.4. Manfaat Penulisan

1.4.1. Aspek Akademik

Memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan disiplin ilmu sosial, terutama yang berkaitan dengan fenomena hiperrealitas makanan di kalangan mahasiswa yang ada pada studi-studi sosiologi komunikasi, perubahan sosial, sosiologi kebudayaan serta sebagai sumbangan referensi bagi jurusan sosiologi.

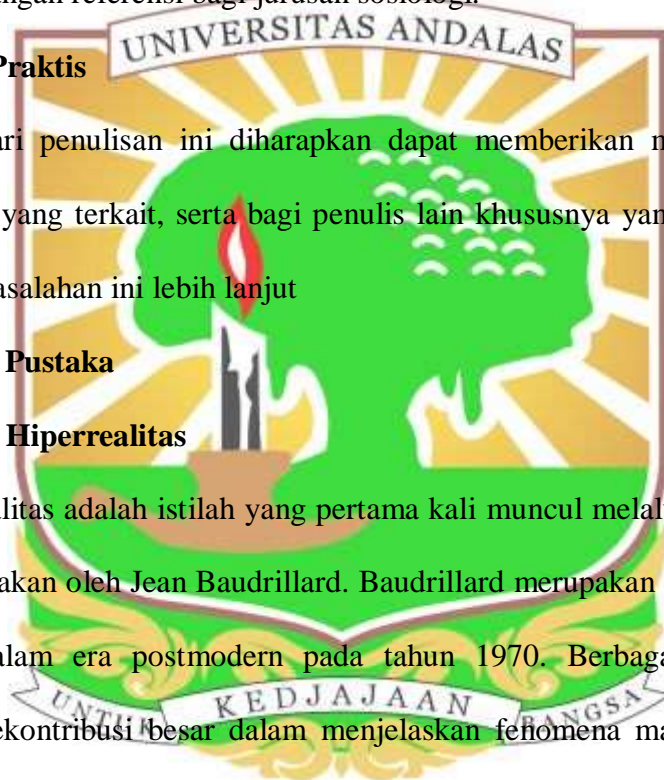
1.4.2. Aspek Praktis

Hasil dari penulisan ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada seluruh pihak yang terkait, serta bagi penulis lain khususnya yang tertarik untuk meneliti permasalahan ini lebih lanjut

1.5. Tinjauan Pustaka

1.5.1. Konsep Hiperrealitas

Hiperrealitas adalah istilah yang pertama kali muncul melalui teori simulasi yang dikemukakan oleh Jean Baudrillard. Baudrillard merupakan salah satu tokoh penting di dalam era postmodern pada tahun 1970. Berbagai gagasan dan pemikirnya berkontribusi besar dalam menjelaskan fenomena masyarakat di era postmodern. Salah satu gagasannya yaitu mengenai simulasi-simulasi yang ditampilkan media merupakan suatu efek yang saat ini muncul ditengah masyarakat. Hal ini menyebabkan semakin kaburnya realitas yang nyata menjadi suatu imajinasi yang ditampilkan melalui media. Efek yang ditimbulkan inilah yang disebut Baudrillard sebagai hiperrealitas melalui mekanisme simulasi. Mekanisme simulasi menurut Baudrillard bahwa 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 semu dan yang nyata. (Baudrillard, 1999 dalam Astutik, 2015: 27).

Hiperrealitas adalah suatu gejala bermunculnya berbagai realitas buatan yang bahkan lebih riil daripada yang riil (Khushendrawati, 2011:120-121). Hiperrealitas bagi Baudrillard mempertentangkan simulasi dan representasi. Simulasi bagi Baudrillard merupakan simulakra. Simulakra merupakan sesuatu tidak menduplikasi sesuatu yang lain sebagai model rujukannya, akan tetapi menduplikasi dirinya sendiri.

Simulakra merupakan suatu duplikasi dari duplikasi, yang aslinya tidak pernah ada, sehingga perbedaan antara duplikasi dan asli menjadi kabur (Piliang, 2003: 20). Simulakra dilakukan dalam suatu aksi menipu dan manipulasi. Menipu dalam hal ini maksudnya ialah sesuatu dibuat palsu dan berbeda daripada aslinya. Melalui simulakra menciptakan terjadinya suatu hiperrealitas. Dimana dalam menciptakan suatu hiperrealitas tersebut diperlukan suatu instrumen. Adapun instrumen simulakra seperti media massa, media elektronik dan juga media online.

1.5.2. Hiperrealitas Makan sebagai Gaya Hidup

Gaya hidup berkaitan erat dengan perkembangan zaman dan teknologi. Perkembangan zaman dan teknologi yang pesat menyebabkan semakin pesat berkembangnya gaya hidup masyarakat. Pada zaman modern saat ini gaya hidup menjadi sebuah tren dan juga kebutuhan individu.



Gaya hidup dapat membantu seseorang untuk memahami dan menjelaskan mengapa orang melakukan hal tersebut dan apakah yang mereka lakukan bermakna bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Di dunia modern gaya hidup merupakan bagian dari kehidupan sosial sehari-hari manusia. Gaya hidup berfungsi dalam interaksi dengan cara-cara yang mungkin tidak dapat dipahami oleh mereka yang tidak hidup dalam masyarakat modern (Chaney dalam Firdaus 2016:40). Gaya hidup menjadi perhatian penting bagi individu. Gaya hidup merupakan cara-cara berpola dalam menginvestasikan aspek-aspek tertentu di kehidupan sehari-hari dengan nilai sosial ataupun simbolik.

Makanan merupakan sesuatu yang dikonsumsi individu sekarang ini untuk menunjukkan seperti apa citra rasa dari individu tersebut. Makanan diwujudkan untuk memenuhi kebutuhan individu untuk menunjukkan dirinya dan kelompoknya bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan pokok individu sebagai manusia. Makanan pada era modern ini sudah menjadi sebuah gaya hidup (Antonio, 1997: 404). Makanan saat ini akan lebih menarik jika makanan itu mampu menarik banyak orang dengan keindahannya di media sosial. Masyarakat saat ini menjadikan makanan sendiri mungkin dengan *editing fotografi* yang begitu luar biasa untuk menarik bagi orang lain. Realitas makanan yang sebenarnya seolah-olah tak lagi penting sekarang ini. Penampilan makanan jauh lebih penting untuk menunjang gaya hidup masyarakat di zaman modern.

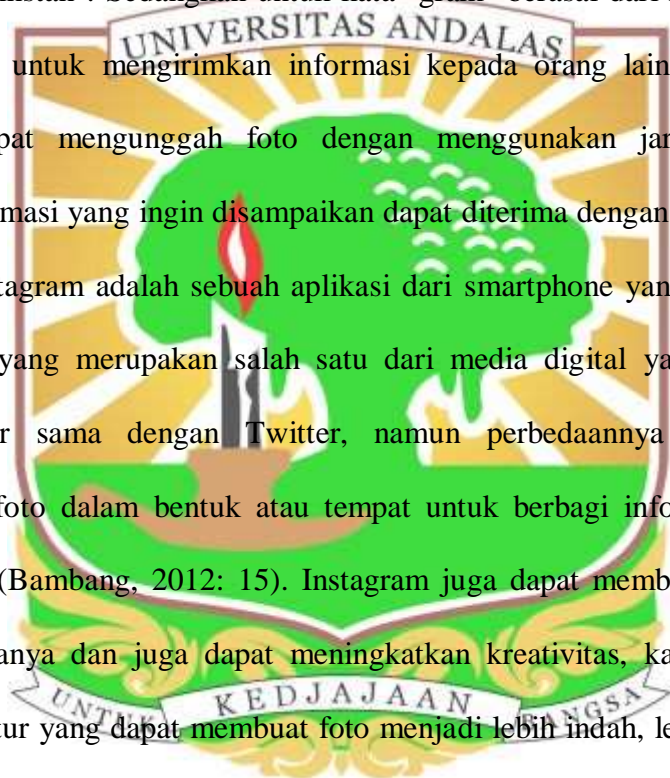
1.5.3. Media Sosial di Kalangan Remaja

Media sosial adalah media yang didesain untuk memudahkan interaksi sosial, yang bersifat interaktif. Menurut Crish Garret dalam Aditya R (2015),

media sosial adalah alat, jasa dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki peminat yang banyak tidak terkecuali para remaja, bahkan usia dibawah umur sudah memiliki akun media sosial pribadi). Instagram merupakan salah satu jenis dari media sosial.

Instagram berasal dari, kata "insta dan gram". Insta berasal dari kata "instan", yaitu seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan "foto instan". Sedangkan untuk kata "gram" berasal dari kata "telegram" yang berguna untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Instagram dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Menurut Bambang, Instagram adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya (Bambang, 2012: 15). Instagram juga dapat memberikan inspirasi bagi penggunanya dan juga dapat meningkatkan kreativitas, karena Instagram mempunyai fitur yang dapat membuat foto menjadi lebih indah, lebih artistik dan menjadi lebih bagus (Bambang, 2012: 10)

Menurut PBB (Perserikatan Bangsa-Bangsa) usia remaja berada di kisaran usia 15 sampai 24 tahun. Masa remaja merupakan masa peralihan dari anak-anak ke dewasa. Masa remaja itu sendiri akan terlihat dari terjadinya suatu perubahan-perubahan yakni perubahan fisik yang sangat cepat, seperti, pertumbuhan berat



badan serta tinggi badan. Perubahan fisik, sosial dan emosional inilah yang membuat remaja saat ini cenderung lebih banyak mengakses media sosial.

Media sosial saat ini ada beberapa yang digunakan oleh para remaja Indonesia yakni Facebook, Twitter, Youtube dan Instagram. Media sosial tersebut yang banyak digunakan oleh remaja yaitu Instagram. Instagram saat ini menjadi salah satu aplikasi yang sedang populer yang di kalangan remaja tidak terkecuali di Indonesia. Dilansir dari quora.com Instagram sendiri pada awal tahun 2016 telah naik jumlah pengguna menjadi lebih dari 400 juta pengguna dengan sekitar 80 juta gambar yang diunggah setiap harinya. Jumlah pengguna Instagram ini terjadi peningkatan sebanyak 100 juta dari sebelumnya. Pada awal tahun 2019 pengguna Instagram di Indonesia merupakan pengguna ke-4 terbanyak di dunia dan mayoritas pengguna Instagram ialah usia 18 hingga 24 tahun.

Instagram merupakan media sosial yang semakin populer kini telah digandrungi oleh hampir di semua kalangan terutama para remaja. Situs-situs pertemanan media sosial yang bermunculan saat ini yang digandrungi jutaan penduduk dunia memicu pergeseran nilai-nilai sosial yang ada dalam masyarakat, khususnya remaja. Media sosial telah menjadi bagian dari pengalaman tumbuh dewasa untuk para remaja (Griggs, 2009: 5).

1.5.4. Tinjauan Sosiologis

Dalam penulisan ini, untuk mengetahui fenomena hiperrealitas makanan pengguna Instagram di kalangan mahasiswa penulis menggunakan teori Simulakra dan Hiperrealitas Jean Baudrillard. Menurut Baudrillard semuanya “hiper” (melebihi dirinya sendiri), hiperrealitas juga dapat diartikan sebagai suatu

kondisi baru dimana ketegangan lama antara realitas dan ilusi, antara realitas sebagaimana adanya dan realitas sebagaimana seharusnya hilang (Sarup, 2011:260). Awal dari hiperrealitas, menurut Baudrillard ditandai dengan lenyapnya petanda, dan metafisika representasi, runtuhnya ideologi, dan bangkrutnya realitas itu sendiri, yang diambil alih oleh duplikasi dari dunia nostalgia dan fantasi (Piliang, 1999: 135).

Hiperrealitas menciptakan suatu kondisi yang di dalamnya berbau kepalsuan dengan keaslian, masa lalu berbau dengan masa kini, fakta bersimpang siur dengan rekayasa, tanda melebur dengan realitas, dusta bersenyawa dengan kebenaran (Baudrillard, 1983:10). Hiperrealitas menghadirkan model-model kenyataan sebagai sebuah simulasi yang bagi penikmatnya sebagai simulakra. Simulasi atas dasar tanda-tanda realitas (*sign of reality*) dimana tanda-tanda hidup bukan untuk melukiskan realitas yang diwakilkannya tetapi mereka hadir hanya untuk mengacu dirinya sendiri (Piliang, 2003: 16).

Dunia realitas yang saat ini terjajah oleh citraan itu sendiri ialah merupakan suatu hiperrealitas. Baudrillard mengemukakan bahwa dalam hiperrealitas, potret dunia dan citraan (simulakra) saat ini mengambil alih sepenuhnya dunia realitas, sehingga kini citraan itu sendiri yang menjadi realitas (Piliang, 2004 :27).

Terdapat empat citra dari penampilan yang telah membentuk kultur Barat antara lain *realistic* yaitu keadaan sebenarnya, *counterfeit* yakni tahap alami yang dapat ditemukan lewat imitasi, *production* yaitu tahap produksi dan *simulation* yang merupakan simulakra dari simulasi, pembuatan informasi dan kode. Citra satu sampai tiga merupakan citra yang sudah terjadi pada tahun-tahun

sebelumnya. Sedangkan citra ke empat yaitu simulasi menggambarkan kehidupan masyarakat saat ini. Simulasi berarti bahwa citra tidak terkait dengan kenyataan apapun (Baudrillard, 1983: 56).

Disneyland adalah model sempurna dari bagaimana masing-masing order saling berkaitan. Di sana ada perompak, frontir, dunia masa depan, kastil dan dunia robot. Sebuah dunia buatan di mana semua nilai dimuliakan, disimulasikan, dan dihadirkan kepada pemirsa (Baudrillard 1983 dalam Denzin, 1986).

Hal ini menandakan bahwa di zaman perkembangan teknologi yang pesat saat ini, hiperrealitas terjadi di berbagai kehidupan dimana, kini sesuatu yang palsu lebih dipuja-puja dibandingkan dengan sesuatu yang asli atau dengan kata lain yang palsu saat ini lebih menarik daripada aslinya. Dalam konteks penulisan ini, akan dilihat bagaimana fenomena hiperrealitas mahasiswa pengguna Instagram pada makanan di lingkungan Universitas Andalas yang kini menjadi suatu fenomena yang unik terjadi saat ini. Fenomena hiperrealitas ini nantinya dibahas dengan analisis kritis seorang Jean Baudrillard.

1.5.5. Penulisan Relevan

Penulisan relevan adalah rujukan penulisan sebelumnya yang mendukung atau bisa dijadikan referensi sekaligus perbedaan dari penulisan ini. Penulisan tentang fenomena hiperrealitas makanan pengguna Instagram di kalangan remaja bukan merupakan penulisan yang pertama dilakukan. Penulisan ini sudah pernah dilakukan oleh beberapa penulis sebelumnya, diantaranya Herlinda Fitria dan Mohammad Arif Affandi. Penulisan dari Herlinda Fitria mahasiswi Sosiologi Universitas Indonesia pada tahun 2015 yang berjudul Hiperrealitas Dalam Sosial

Media (Studi Kasus: Makan Cantik di Senopati pada Masyarakat Perkotaan). Fokus penulisan ini hiperrealitas makanan pada masyarakat perkotaan. Hasil temuan dari penulisan ini adalah makan cantik merupakan simulasi yang sengaja dibentuk untuk menampilkan *image* tertentu, karena hal tersebut dianggap dapat merepresentasikan masyarakat kelas atas perkotaan.

Penulisan lainnya adalah skripsi Mohammad Arif Affandi mahasiswa Ilmu Hukum Universitas Surabaya pada tahun 2015 yang berjudul Fenomena Mahasiswa ngopi di Angkringan 99. Fokus penulisan ini adalah mahasiswa aktivis yang gemar ngopi di Angkringan 99. Hasil temuan dari penulisan ini adalah menunjukkan adanya *because motive* dan *in order motive* mahasiswa aktivis ngopi.

Penulisan di atas merupakan penulisan yang relevan dengan penulisan yang dilakukan. Tetapi banyak perbedaan dengan penulisan yang diteliti seperti fokus kajiannya, waktu penulisannya, lokasi penulisannya, dan teori yang digunakan. Fokus penulisan yang penulis lakukan adalah hiperrealitas makanan pengguna Instagram di kalangan remaja dengan studi pada mahasiswa Universitas Andalas. Penulisan ini dilakukan untuk mendeskripsikan hiperrealitas makanan dan alasan mahasiswa yang mendorong terjadinya hiperrealitas di Instagram.

1.6. Metode Penulisan

1.6.1. Pendekatan Penulisan dan Tipe Penulisan

Pendekatan penulisan yang digunakan dalam penulisan ini adalah pendekatan penulisan kualitatif yaitu penulis mencoba mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber mengenai fenomena sosial melalui ucapan-ucapan

atau kata-kata yang dituturkan oleh sumber informasi, perbuatan-perbuatan, motivasi, dan hal-hal yang berhubungan dengan objek yang diteliti. Pendekatan kualitatif dipilih karena pendekatan tersebut dianggap mampu memahami definisi situasi serta gejala sosial yang terjadi dari subyek secara lebih mendalam dan menyeluruh. Metode penulisan kualitatif berguna untuk mengungkapkan proses kejadian secara mendetail, sehingga diketahui dinamika sebuah realitas sosial dan saling pengaruh terhadap realitas sosial. Metode penulisan kualitatif juga berguna untuk memahami realitas sosial dari sudut pandang aktor (Afrizal, 2014 :38-39). Bodgan dan Tylor mendefinisikan penulisan kualitatif sebagai proses penulisan yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moloeng, 2005:4)

Pendekatan penulisan kualitatif berguna untuk mengungkapkan proses kejadian secara mendetail (Afrizal, 2014:38). Oleh karena itu dalam penulisan ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi seperti apa hiperrealitas makanan yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Andalas di Instagram dan juga alasan yang mendorong terjadinya hiperrealitas makanan tersebut. Metode penulisan kualitatif digunakan dalam penulisan ini untuk dapat menjawab pertanyaan penulisan dan menjabarkannya lebih mendalam dan mendetail.

Tipe penulisan yang digunakan adalah tipe penulisan deskriptif. Penulisan deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan berbagai kondisi dan sesuatu sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Penulisan ini

dilakukan untuk mendeskripsikan fenomena hiperrealitas makanan oleh mahasiswa Universitas Andalas di Instagram.

1.6.2. Informan Penulisan

Terkait dengan penulisan ini, penulis menggunakan informan penulisan untuk memperoleh data dan informasi. Menurut Satori dan Komariah (2013:94) informan merupakan orang-dalam pada latar penulisan. Informan berfungsi untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penulisan. Sejalan dengan itu, Afrizal (2014:139) mendefinisikan Informan penulisan sebagai orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian atau suatu hal kepada penulis atau pewawancara mendalam.

Informan diperlukan dalam penulisan kualitatif untuk memberikan informasi yang dibutuhkan oleh penulis. Informan berperan penting dalam penulisan karena tanpa adanya informan penulis tidak akan mendapatkan hasil penulisan. Informan merupakan sumber informasi dalam penulisan kualitatif. Informan adalah orang-orang yang memberikan informasi baik tentang dirinya maupun orang lain atau suatu kejadian, sedangkan responden adalah orang-orang yang hanya menjawab pertanyaan-pertanyaan pewawancara tentang dirinya dengan hanya merespon pertanyaan-pertanyaan pewawancara bukan memberikan informasi atau keterangan. Karena dalam penulisan kualitatif penulis harus menempatkan orang atau kelompok orang yang diwawancarai sebagai sumber informasi, maka selayaknya mereka disebut informan bukan responden (Afrizal, 2014: 139).

Afrizal (2014:139) membagi informan menjadi dua kategori, yaitu:

1. Informan Pengamat

Para informan pengamat adalah informan yang memberikan informasi tentang orang lain atau suatu hal kepada penulis. Informan ini dapat orang yang tidak diteliti dengan kata lain orang lain yang mengetahui orang yang kita teliti atau pelaku kejadian yang diteliti. Mereka dapat disebut sebagai saksi suatu kejadian atau pengamat lokal. Adapun Informan pengamat dalam penelitian ini teman dan sahabat dari mahasiswa Universitas Andalas yang menggunakan Instagram yang aktif mengunggah postingan makanan pada feed dan story Instagramnya.

2. Informan Pelaku

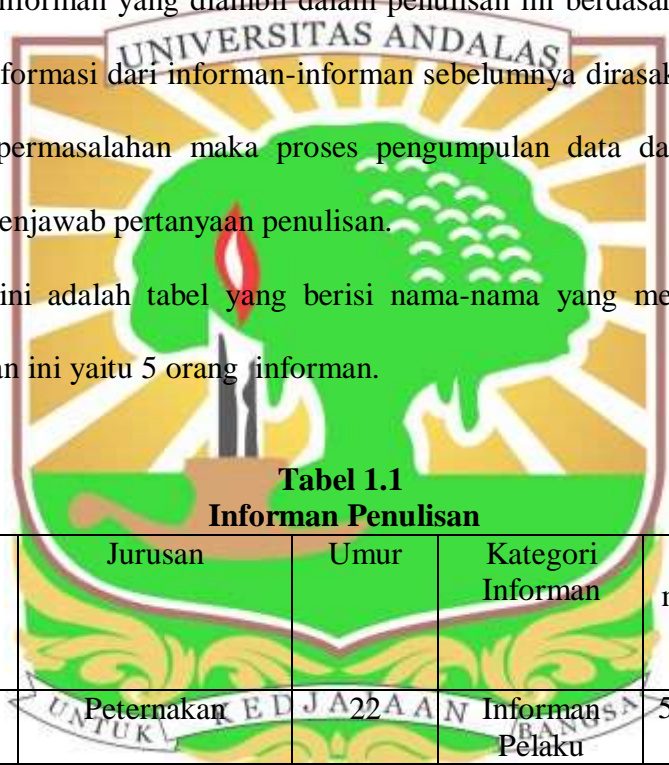
Para informan pelaku adalah informan yang memberikan keterangan tentang dirinya, tentang perbuatannya, tentang pikirannya, tentang interpretasinya (maknanya) atau tentang pengetahuannya. Mereka adalah subjek penulisan itu sendiri. Informan pelaku dalam penulisan ini adalah mahasiswa Universitas Andalas yang menggunakan Instagram dan aktif mengunggah foto maupun video makanan pada *feed* dan *story* Instagramnya.

Untuk mendapatkan data, pada penulisan ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2005:54). Teknik *purposive sampling* juga dikenal dengan nama mekanisme disengaja, artinya sebelum melakukan penulisan para penulis menetapkan kriteria tertentu yang mesti dipenuhi oleh orang yang dijadikan sumber informasi (Afrizal, 2014:140). Adapun kriteria yang telah ditetapkan penulis dalam penulisan ini adalah :

1. Mahasiswa Universitas Andalas aktif angkatan 2016 dan 2017.
2. Mahasiswa yang telah menggunakan Instagram minimal selama 5 tahun.
3. Mahasiswa yang setiap minggunya minimal 3 kali mengunggah foto ataupun video makanan di feed ataupun *Instagram story*.
4. Mahasiswa yang mengunggah minimal 10 foto maupun video makanan di *highlight story* Instagramnya.

Jumlah informan yang diambil dalam penulisan ini berdasarkan kecukupan data, berarti informasi dari informan-informan sebelumnya dirasakan menyerupai maksud dari permasalahan maka proses pengumpulan data dapat dihentikan, karena telah menjawab pertanyaan penulisan.

Berikut ini adalah tabel yang berisi nama-nama yang menjadi informan dalam penulisan ini yaitu 5 orang informan.



Tabel 1.1
Informan Penulisan

N O	Nama	Jurusan	Umur	Kategori Informan	Lama menggunakan Instagram
1	Anggun	Peternakan	22	Informan Pelaku	5 tahun
2	Asha	Psikologi	22	Informan Pelaku	5 tahun
3	Ghina	Kedokteran	22	Informan Pelaku	7 tahun
4	Marissa	Agribisnis	21	Informan Pelaku	5 tahun
5	Sara	Ilmu komunikasi	21	Informan Pelaku	5 tahun

Sumber Data Primer 2020

1.6.3. Data Yang Diambil

Dalam penulisan kualitatif data yang dikumpulkan umumnya berupa kata-kata (tertulis maupun lisan) dan perbuatan-perbuatan manusia, tanpa ada upaya untuk mengangkakan data yang diperoleh (Afrizal, 2014:17). Dalam rencana penulisan ini, data didapat melalui dua sumber, yaitu :

1. Data primer

Menurut Moleong (2005:155) data primer atau data utama merupakan data atau informasi yang didapatkan langsung dari informan penulisan di lapangan. Data primer didapatkan dengan menggunakan teknik wawancara mendalam. Dengan menggunakan teknik wawancara, penulis mendapatkan data dan informasi-informasi penting yang sesuai dengan tujuan penulisan. Data yang diperoleh berupa informasi dari informan yakni tentang foto atau video makanan seperti apa yang sering diunggah sebagai bentuk suatu hiperrealitas makanan. Upaya yang dilakukan penulis adalah membuat catatan lapangan setiap penulisan dilakukan, seperti mencatat dan merekam wawancara dengan informan.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data tambahan yang diperoleh melalui penulisan pustaka yakni pengumpulan data yang bersiat teori yang berupa pembahasan tentang bahan tertulis, literatur, hasil penulisan, dan *website* (Moleong, 2005:159). Adapun data sekunder yang digunakan dalam penulisan ini yaitu berasal dari media sosial dan elektronik serta juga dilengkapi dengan data-data yang diperoleh dari Instagram dan artikel-

artikel maupun jurnal serta hasil penulisan-penulisan sebelumnya yang mempunyai kaitan dengan penulisan ini.

1.6.4 Proses dan Teknik Pengumpulan Data

Penulis mengalami proses yang cukup panjang dalam melakukan penulisan ini. Penulis menetapkan topik mengenai Fenomena Hiperrealitas Makanan oleh Pengguna Instagram di kalangan Mahasiswa, hal pertama yang penulis harus ketahui ialah siapa saja yang saat ini melakukan hiperrealitas makanan di Instagram dan menjadi informan dalam penulisan ini. Pada awalnya penulis mengalami kesulitan untuk mengumpulkan informan dalam penulisan ini.

Melalui proses bertanya dengan beberapa teman di Kampus dan melakukan pengamatan di media sosial Instagram, akhirnya penulis berhasil mengumpulkan lima orang yang menjadi informan dalam penulisan ini. Setelah data awal didapatkan penulis kemudian mengajukan berkas TOR pada bulan September 2019. Penulisan proposal penulisan terhenti selama \pm tiga bulan disebabkan oleh masalah internal dalam keluarga penulis. Kemudian pada akhir bulan Desember 2019 penulis melanjutkan penulisan dan melaksanakan Seminar Proposal pada tanggal 30 Januari 2020. Selanjutnya penulis masuk ke tahap revisi dan turun lapangan dengan melakukan wawancara dengan informan pertama pada tanggal 20 Maret 2020.

Lalu kendala lain yang penulis hadapi ketika akan bertemu dengan para informan, yaitu dari lima informan penulis hanya bisa bertemu secara langsung sekali dengan satu informan saja. Hal ini dikarenakan setelah penulis mengatur waktu untuk bertemu informan, tidak lama kemudian pandemi covid-19 datang

menghampiri bumi pertiwi. Sehingga, wawancara baru dilakukan pada satu informan yang menyebabkan proses wawancara dan bertemu dengan informan terpaksa harus dihentikan beberapa waktu. Melihat kondisi bumi pertiwi saat ini dimana pandemi covid-19 yang tak kunjung usai, penulis memutuskan untuk kembali melanjutkan proses wawancara melalui media online komunikasi yaitu Line dan Whatsapp melalui *voicenote*, panggilan suara, pesan singkat dan juga terkadang melalui panggilan video. Wawancara yang dilakukan dengan kelima informan melalui media online komunikasi ini dilakukan berulang kali sebanyak tiga sampai empat kali dan mengalami kesulitan dimana informan cukup lama membalas pesan dan terkadang penulis sulit untuk menghubungi informan. Sampai akhirnya penulis berhasil mewawancarai semua informan pada keadaan yang cukup sulit tersebut. Proses turun ke lapangan dihentikan ketika penulis sudah merasa cukup dengan lima informan pelaku karena jawaban yang mereka jelaskan kepada penulis rata-rata sama. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penulisan ini yaitu dengan melakukan wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan observasi.

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Menurut Esterberg wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2005:72). Menurutnya wawancara merupakan hatinya penulisan sosial. Wawancara mendalam adalah sebuah wawancara tidak berstruktur antara pewawancara dengan informan yang dilakukan berulang-ulang kali, sebuah interaksi sosial antara pewawancara dengan

informan. Dengan berinteraksi dan menggali secara mendalam dapat menjelaskan fakta-fakta yang terdapat pada proses penulisan. Pertemuan dilakukan tidak dalam sekali pertemuan, tapi dilakukan berulang-ulang agar dapat menghasilkan informasi yang lebih baik (Sugiyono, 2017: 34).

Bagi MC Millan dan Schumacher, wawancara yang mendalam adalah tanya jawab yang terbuka untuk memperoleh data tentang maksud hati partisipan bagaimana menggambarkan dunia mereka dan bagaimana mereka menjelaskan atau menyatakan perasaannya tentang kejadian-kejadian penting dalam hidupnya (Satori dan Komariah, 2013:130).

Wawancara mendalam dilakukan karena penulis ingin memberikan kesempatan kepada informan untuk bercerita tentang apapun yang ia lakukan dalam menggunakan media sosial Instagram terutama dalam hal mengunggah foto maupun video makanan baik itu berupa unggahan apa saja yang sering diunggah maupun unggahan makanan seperti apa yang diunggah, cara membuat unggahan baik itu makanan dan yang lainnya agar menarik para pengikutnya dan alasan apa yang menyebabkan mereka mengunggah foto maupun video makanan tersebut.

Wawancara dimulai saat informan bersedia untuk diwawancarai. Wawancara dilakukan dengan menggunakan dua metode yaitu secara langsung (tatap muka) maupun dengan media *online*, serta tentu saja dilakukan dengan persetujuan dari para informan tersebut.

Wawancara dilakukan hingga penulis mendapatkan informasi yang dibutuhkan telah terkumpul. Wawancara mendalam penulis lakukan pada seluruh informan dalam penulisan ini. Berdasarkan aplikasi metode penulisan di lapangan,

dalam melakukan wawancara mendalam ini, pertama sekali penulis mencari *link* atau relasi yang dapat mempertemukan penulis dengan informan penulisan sesuai dengan kebutuhan data yang penulis harapkan.

Wawancara dengan Anggun sebagai informan pertama dilakukan pada tanggal 20 Maret 2020. Penulis menemui Anggun di kediamannya. Anggun memang aktif bermain media sosial Instagram semenjak bulan Juni 2015 dan sering mengunggah foto maupun video makanan di Instagramnya. Penulis memutuskan untuk memilihnya sebagai informan dikarenakan ia telah lama menggunakan Instagram dan aktif bermain Instagram setiap harinya serta sering mengunggah foto maupun video makanan di Instagramnya. Dan benar saja, penulis mendapat banyak informasi baru. Anggun adalah seseorang yang komunikatif ia bisa langsung menanggapi pertanyaan-pertanyaan dari penulis dan menjelaskannya dengan gamblang. Namun, sehubungan ketika penulis mengumpulkan data terjadi pandemik covid-19 wawancara mendalam pun tidak bisa lagi dilakukan melalui tatap muka. Penulis pada akhirnya melakukan wawancara via media *online* komunikasi *whatsapp*, via *chat* ataupun *video call*.

Informan kedua Asha akhirnya penulis menghubunginya via *whatsapp*. Penulis mendapat kontaknya dari teman smp penulis, karena dulu Asha memang satu sekolah dengan penulis saat menempuh pendidikan sekolah menengah pertama namun penulis dan Asha tidak pernah satu kelas. Penulis juga tidak mengalami kesulitan saat mewawancarainya, dikarenakan kami sudah saling mengenal dan Asha juga sangat baik dalam berkomunikasi. Walaupun melakukan wawancara via *whatsapp* penulis tidak kekurangan informasi dari Asha, ia bahkan

menjawab pertanyaan penulis dengan rinci dan memudahkan penulis untuk memahaminya.

Informan berikutnya adalah Ghina, Asha lah yang merekomendasikan Ghina untuk penulis wawancara. Mereka juga sama-sama mahasiswa fakultas kedokteran. Ghina cukup banyak bercerita dan terbuka mengenai pertanyaan yang diajukan oleh penulis. Sama dengan informan lainnya Marissa dan Sara melakukan wawancara dengan penulis lewat media *online* komunikasi whatsapp dan Sara via line. Marissa tidak banyak bercerita ia hanya menjawab dengan singkat apa yang penulis tanyakan sedangkan Sara cukup banyak bercerita dan terbuka mengenai pertanyaan yang diajukan oleh penulis.

2. Observasi

Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek yang diteliti baik secara langsung maupun tidak langsung untuk memperoleh data yang harus dikumpulkan dalam penulisan (Satori dan Komariah, 2013:105). Marshall (1995) menyatakan bahwa melalui observasi, penulis belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2005:64).

Observasi sengaja dipilih oleh penulis sebagai salah satu teknik pengumpulan data dikarenakan untuk melihat lebih dekat lagi bagaimana hiperrealitas makanan yang dilakukan mahasiswa melalui unggahnya di Instagram, keaktifan informan bermain Instagram melalui seberapa sering ia mengunggah foto maupun video makanan di *story* maupun *feed* Instagramnya. Memang yang penulis observasi merupakan perilaku informan pelaku di Instagram, sebab kebanyakan dari informan aktif menggunakan Instagram setiap

harinya. Tujuan penulis melakukan observasi sebelum wawancara adalah agar nanti sewaktu informan menjelaskan segala sesuatu hal yang berkaitan dengan unggahannya dan Instagram penulis bisa langsung mengerti.

Berbeda dengan bermain Instagram biasanya, hampir setiap hari semenjak 21 Desember 2019 penulis rutin dan bermain Instagram setiap harinya dengan frekuensi tinggi dan durasi yang lama untuk melihat setiap harinya *update* dan unggah terbaru dari informan baik itu pada *Instagram story* ataupun pada *feed Instagram*. Serta penulis secara aktif melihat profil semua akun Instagram informan untuk melihat tampilan *feed Instagramnya* dan *Highlight story* makanan seperti apa yang dibuat informan di Akun Instagramnya.

1.6.5 Unit Analisis

Hal yang terpenting dalam riset ilmu sosial adalah menentukan suatu yang berkaitan dengan apa atau siapa yang dipelajari. Persoalan tersebut bukan menyangkut topik riset, tetapi apa yang disebut dengan unit analisis. Dari unit analisis itulah data diperoleh, dalam arti kepada siapa atau apa, tentang apa, proses pengumpulan data diarahkan. Unit analisis dalam penulisan sosial bisa berupa individu ataupun kelompok sesuai dengan fokus penulisannya. Unit Analisis dalam penulisan ini adalah individu, yaitu mahasiswa Universitas Andalas yang menggunakan Instagram yang sering mengunggah postingan makanan pada *feed* dan *story* Instagramnya.

1.6.6 Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi lainnya,

dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. (Sugiyono, 2005:89)

Analisis data dalam penulisan kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. Data dalam penulisan ini dianalisis sesuai dengan model Miles dan Huberman, yaitu :

1. Kodifikasi Data

Penulis menulis ulang catatan lapangan yang dibuat ketika melakukan wawancara dengan informan. Selanjutnya catatan lapangan tersebut diberi tanda untuk menandai informasi-informasi penting dari proses wawancara, karena dalam mewawancarai informan penulis tidak hanya langsung menanyakan hal inti yang ingin penulis ketahui, melainkan memulainya dari pertanyaan-pertanyaan dasar. Informasi yang penting bagi penulis adalah informasi yang berkaitan dengan topik penulisan, sedangkan data yang tidak begitu penting adalah berupa pernyataan dari informan yang tidak berkaitan dengan topik penulisan. Dari hasil kegiatan tahap pertama adalah diperolehnya tema-tema atau klasifikasi itu telah mengalami penamaan oleh penulis (Afrizal. 2014 : 178)

2. Penyajian Data

Dalam penulisan kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Menurut Miles dan Huberman, yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penulisan kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif. Dengan

menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Tahapan ini merupakan tahapan akhir dari proses analisis data dengan model Miles dan Huberman. Tahap penarikan kesimpulan adalah suatu tahap lanjutan di mana pada tahap ini penulis menarik kesimpulan dari temuan data. Ini adalah interpretasi penulis atas temuan dari suatu wawancara atau sebuah dokumen (Afizal, 2014:180). Kesimpulan dalam penulisan kualitatif merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori (Sugiyono, 2005).

Saat proses analisis data, penulis mengumpulkan data dengan cara wawancara dan observasi. Kemudian dari pengumpulan data tersebut terdapat jenis data primer yaitu berupa hasil wawancara yang kemudian penulis sajikan dalam bentuk transkrip wawancara setelah sebelumnya penulis melakukan kodifikasi terhadap data-data yang dibutuhkan dalam penulisan. Kemudian dalam penulisan transkrip. Sementara untuk data sekunder yaitu informasi yang penulis dapatkan dari artikel dan berita online akan disajikan dalam bentuk *gambar* dari berita tersebut ataupun foto lainnya.

1.6.7 Lokasi Penulisan

Lokasi penulisan dapat diartikan sebagai *setting* atau konteks sebuah penulisan. Tempat tersebut tidak selalu mengacu pada wilayah, tetapi juga kepada

organisasi atau sejenisnya (Afrizal, 2014:128). Lokasi Penulisan ini ialah di lingkungan Universitas Andalas. Universitas Andalas terletak di wilayah perbukitan Limau Manis, Kecamatan Pauh, kira-kira 15 Km dari Padang, ibukota Sumatera Barat. Universitas Andalas terdiri dari lima belas fakultas.

Alasan pemilihan lokasi dikarenakan mahasiswa Universitas Andalas merupakan informan yang penulis teliti mewakili remaja yang menggunakan Instagram dan sering mengunggah foto ataupun video makanan di Instagramnya.

1.6.8 Definisi Operasional Konsep

1. **Hiperrealitas** adalah gejala bermunculnya berbagai realitas buatan yang bahkan lebih riil daripada yang riil.
2. **Makanan** adalah segala sesuatu yang dapat dimakan dan dikonsumsi yang dapat membentuk jaringan dan sumber tenaga pada tubuh.
3. **Remaja** adalah masa peralihan dari anak-anak ke dewasa dengan usia 15 hingga 24 tahun.
4. **Mahasiswa** adalah sebutan bagi orang yang sedang menempuh pendidikan tinggi di sebuah perguruan tinggi yang terdiri dari sekolah tinggi, akademi, dan yang paling umum adalah Universitas.
5. **Instagram** adalah sebuah aplikasi dari smartphone yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media digital yang mempunyai fungsi hampir sama dengan Twitter, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.



1.6.9 Jadwal Penulisan

Penulisan ini direncanakan selama 6 bulan dimulai dari bulan Januari 2020 sampai bulan Agustus 2020. Untuk lebih jelasnya tahapan penulisan di uraikan pada tabel sebagai berikut

Tabel 1.2
Jadwal Kegiatan Penulisan

Nama Kegiatan	Tahun 2020							
	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni	Juli	Agt
Seminar Proposal	■	■	■	■	■	■		
Penulisan Lapangan			■	■	■	■		
Analisis Data			■	■	■	■		
Penulisan dan Bimbingan Skripsi	■	■	■	■	■	■	■	■
Sidang Skripsi							■	■

