

Hiperrealitas Endorse dalam Media Sosial: Upaya Influencer di Kalangan Mahasiswa Unsoed dalam Menciptakan Konten di TikTok

Title	Hiperrealitas Endorse dalam Media Sosial: Upaya Influencer di Kalangan Mahasiswa Unsoed dalam Menciptakan Konten di TikTok
Author Order	3 of 3
Accreditation	5
Abstract	<p>TikTok menjadi salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh generasi muda karena berbagai fitur menarik di dalamnya. Salah satu generasi muda yang turut menggunakan TikTok adalah mahasiswa. Sebagian besar dari mereka menggunakan platform tersebut untuk membentuk citra menjadi Influencer. Influencer sebagai publik figur di platform TikTok memiliki peran penting untuk memengaruhi perilaku, preferensi, dan keputusan audiens mereka. Bantuan Influencer dalam mengiklankan produk atau jasa, seakan memberikan jaminan kepada para pengikutnya bahwa produk atau jasa tersebut memiliki kualitas yang baik. Mereka menciptakan konsensus bahwa sebuah produk memiliki kualitas yang baik melalui citra dirinya sebagai Influencer. Namun, realita kadang menyatakan sebaliknya sehingga menciptakan suatu hiperrealitas. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis fenomena hiperrealitas endorse dalam media sosial, dengan fokus pada upaya Influencer di kalangan mahasiswa Unsoed dalam menciptakan konten di TikTok. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan informan 2 orang Influencer mahasiswa Universitas Jenderal Soedirman yang memiliki fokus bidang spesialisasi atau niche berbeda dan 3 orang konsumen konten dari dua influencer tersebut. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa melalui TikTok para Influencer yang berasal dari kalangan mahasiswa dapat menciptakan, bahkan memfasilitasi hiperrealitas. Melalui proses tersebut akhirnya tercipta kemungkinan bahwa Influencer memiliki pengaruh untuk memanipulasi kebenaran. Hal ini menghasilkan kebenaran baru yang seolah mewakili semua kebenaran yang bersifat konsensus dan disepakati oleh seluruh manusia.</p>
Publisher Name	CV Firmos
Publish Date	2024-09-07
Publish Year	2024
Doi	DOI: 10.54082/jupin.577
Citation	
Source	Jurnal Penelitian Inovatif
Source Issue	Vol 4 No 3 (2024): JUPIN Agustus 2024
Source Page	1827-1840
Url	https://jurnal-id.com/index.php/jupin/article/view/577/368
Author	WIMAN RIZKIDARAJAT, S.H., M.H