

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa menurut pemaknaan subjek penelitian, hiperrealitas dalam sosial media dapat terwujud karena sosial media dapat merepresentasikan hiperrealitas menjadi realitas palsu. Realitas di media sosial dibangun dengan tujuan untuk membangun pandangan yang diinginkan oleh pemilik akun melalui kegiatan *posting before eating*. Pemilihan kriteria makanan mewah untuk diunggah di sosial media menjadikan identifikasi kelas sosial atas, hal ini menyebabkan terjadinya pengaburan kelas yang pada akhirnya memberikan dampak adanya ketidakjelasan dari status kelas sosial seseorang yang ditampilkan pada sosial media. Konstruksi sosial yang terjadi akibat hadirnya hiperrealitas mengharuskan subjek penelitian untuk memenuhi pola gaya hidup semu bagi orang tersebut dan mengesampingkan gaya hidup realitas nyata atau kebutuhan dasar sehari-hari. Disinilah terjadinya pergeseran makna mengenai makanan atau minuman itu sendiri yang pada awalnya hanya untuk kebutuhan sehari-hari menjadi sebuah gaya hidup kalangan masyarakat.

## **V.2 Saran**

### **V.2.1 Saran Akademik**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya untuk menggunakan lebih banyak informan dan menggunakan metode fenomenologi untuk menggali lebih dalam mengenai mengapa dan bagaimana terjadinya fenomena *posting before eating* dan beragam pemaknaan bagi pelaku kegiatan tersebut di sosial media.

### **V.2.1 Saran Sosial**

Dengan adanya penelitian ini, peneliti ingin memberi saran kepada pengguna media sosial khususnya dalam kegiatan *posting before eating* agar tidak mengutamakan kesenangan yang berlebihan dalam kebutuhan yang tidak sangat diperlukan demi menunjukkan eksistensi di dunia maya yang dapat merugikan diri sendiri.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku:

- Aditya, A. (2022). Menjalin komunikasi. Psikologi Corner.
- Age, J. (2023). Like bisakah aku menjadi orang yang disukai. PT Gramedia.
- Ahlqvist, T., Bäck, A., Heinonen, S., & Halonen, M. (2010). Road-mapping the societal transformation potential of social media. *Foresight*, 12(5), 3–26.  
<https://doi.org/10.1108/14636681011075687>
- Ayodya, W. (2020). UMKM 4.0: Strategi UMKM Memasuki Era Digital. PT Gramedia.
- Bambang, & S Sudarma. (2012). Instagram handbook. PT. Trans Media.
- Cambie, & Ooi. (2009). International Communications Strategy\_ Developments in Cross-Cultural Communications, PR and Social Media ( PDFDrive ). Kogan Page Limited.
- Creswell, J. W. (2007). Qualitative inquiry & research design : choosing among five approaches (4th ed.). Sage Publications.
- Horton, Paul B ; Hunt, Chester L. (1984) Sosiologi Jilid 1. Erlangga
- Indah Budiati, (2018). ii Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia STATISTIK GENDER TEMATIK: PROFIL GENERASI MILENIAL INDONESIA. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. [www.freepik.com](http://www.freepik.com)
- Irving Seidman. (2006). Interviewing as Qualitative Research A Guide for Researchers in Education and the Social Sciences Third Edition (3rd ed.). Teachers College Press.
- Jean Baudrillard. 1981. Simulacra and Simulation. United State of Amerika:The University of Michigan Press.
- Jean Baudrillard. 1983. Simulations. Massachusetts: The MIT Press.

- Juki Danis Tara, & Risa Primantari. (2021). Gen Z Insights: Perspective on Education. UNISRI Press.
- J. Dwi Narwoko dan Bagoeng Suyanto. (2006). Sosiologi : Teks Pengantar dan Terapan, (Jakarta: Kencana)
- Kotler, Philip., Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran. Erlangga
- Kuswarno, E. (2009). Fenomenologi:Konsepsi, Pedoman dan Contoh Penelitian. Widya Padjadjaran.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). Theoris of human communication littlejohn. Thomson Wadsworth.
- Luik, J. E. (2020). Media Baru Sebuah Pengantar. KENCANA.
- Moerdjiati, S. (2016). Pengantar Ilmu Komunikasi. PT REVKA PETRA MEDIA.
- Moleong Lexy J. (2018). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT REMAJA ROSDAKARYA.
- Prasetijo, Ristiyanti. (2005). Perilaku Konsumen. Yogyakarta. Andi
- Nasrullah, R. (2015). Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi. Simbiosis Rekatama Media.
- Suwarman, U. (2015). Perilaku Konsumen (2nd ed.). Ghalia Indonesia.
- Tambunan, D. (2020). BUKU PERILAKU KONSUMEN (Studi dalam pemilihan perguruan tinggi). Nuta Media.  
<https://www.researchgate.net/publication/358784067>
- Walgito, B. (1981). Pengantar Psikologi Umum. ANDI.
- Widiastuti, R. N. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Wijoyo Hadian, & Indrawan Irjus. (2020). GENERASI Z & REVOLUSI INDUSTRI 4.0. CV. Pena PERSADA.

## **Jurnal:**

- Aprilia, R., Sriati, A., & Hendrawati, S. (2020). Tingkat kecanduan media sosial pada remaja. *Journal of Nursing Care*, 3(1).
- Arsita, A. (2017). Simulakra Baudrillard dalam Multidimensi Posmodernisme: Kajian Fotografi Makanan dalam Media Sosial Instagram. *Rekam: Jurnal Fotografi, Televisi, Animasi*, 13(2), 85-98.
- Bado, B., Tahir, T., & Supatminingsih, T. (2023). Studi Social Climber Gen-Z dan Perilaku Ekonominya. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 4(1), 503-526.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design : choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Cahyaningtyas, A., & Iqbal, M. (2021). Gaya hidup konsumtif dan pencitraan diri mahasiswa pengguna Instagram (Studi kasus pada mahasiswa kelas menengah di Kabupaten Jember). *Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Pendidikan* (2021) 1(1) 85-96
- Daugherty, T., & Hoffman, E. (2014). eWOM and the importance of capturing consumer attention within social media. *Journal of Marketing Communications*, 20(1–2), 82–102.  
<https://doi.org/10.1080/13527266.2013.797764>
- Febriana, M. (2017). Hiperrealitas “endorse” dalam Instagram studi fenomenologi tentang dampak media Sosial di kalangan mahasiswa Universitas Sebelas Maret. *Jurnal analisa sosiologi*, 6(2).
- Fitria, H. (2015). Hiperrealitas Dalam Social Media (Studi Kasus: Makan Cantik Di Senopati Pada Masyarakat Perkotaan). *Informasi*, 45(2), 87-100.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>

- Harianto, S. (2022). Konsumerisme Makanan Siap Saji Sebagai Gaya Hidup Remaja Di Kota Surabaya: Studi Kasus Siswi Sma Muhammadiyah 4 Kota Surabaya. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 11(1).
- Hartati, A. S., Hurriyati, R., & Widjajanta, B. (2017). Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 2(1), 57-64.
- Hudhana, W. D., & Mulasih, M. (2023). Budaya Konsumtif Perspektif Postmodern Jean Baudrillard Dalam Novel Filosofi Kopi Karya Dee Lestari. *Lingua Rima: Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, 12(2), 37-46.
- Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2019). Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2).  
<https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.5048>
- Kertamukti, R., Nugroho, H., & Wahyono, S. B. (2019). Kontruksi Identitas melalui Stories Highlight Instagram Kalangan Kelas Menengah. *Jurnal ASPIKOM*, 4(1), 26–44.
- Kurniawati, A. D. (2020). POST BEFORE EATING: Motif Generasi Milenial Ponorogo dalam Fenomena Kuliner Kekinian (Vol. 14, Issue 2).  
<https://www.nytimes.com/2010/04/07/dining/07camera.html>.
- Nisak, K., & Hariyanto, D. (2017). Food Photography dan Eating Out di Media Sosial Instagram. *KANAL: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 31-40.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi Z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1), 1-19.
- Putra, R. S., & Mutmainnah, N. (2022). Cycling as a Healthy Lifestyle Self-Presentation Strategy on Instagram during the Covid-19 Pandemic in Indonesia. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 8–22.  
<https://doi.org/10.25008/jkiski.v7i1.501>

- PUTRI, L. S., Purnama, D. H., & Idi, A. (2019). Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Media Sosial di Kota Palembang (Studi Pada Mahasiswa FoMO di Universitas Sriwijaya dan Universitas Muhammadiyah Palembang). *Jurnal Masyarakat dan Budaya*, 129-148.
- Rajagukguk, T. P., & Sofianto, K. (2020). Simulakra Hiperrealitas Dan Reproduksi Tanda Game Online-Pubg Studi Kasus Siswa Prosus Inten Jalan Aceh, Kota Bandung, Tahun 2019. *Metahumaniora*, 10(1), 118-136.
- Siswadi, G. A. (2022). Hiperrealitas Di Media Sosial Dalam Perspektif Simulakra Jean Baudrillard. *Dharmasmrti: Jurnal Ilmu Agama dan Kebudayaan*, 22(1), 9-18.
- Susanti, E., & Kholisoh, N. (2018). Konstruksi makna kualitas hidup sehat (Studi Fenomenologi pada Anggota Komunitas Herbalife Klub Sehat Ersanddi Jakarta). *Jurnal Lugas*, 2(1), 1. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Swanzen, R. (2018). Facing The Generation Chasm: The Parenting And Teaching Of Generations Y And Z. *International Journal of Child, Youth and Family Studies*, 9(2), 125. <https://doi.org/10.18357/ijcyfs92201818216>
- Wahyudi, H. S., & Sukmasari, M. P. (2018). Teknologi dan kehidupan masyarakat. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 3(1).
- Wibowo, Y., & Maria Silaen, S. J. (2018). Hubungan self-esteem dan penggunaan media sosial instagram dengan perilaku narsisme di kalangan siswa kelas viii smpk penabur bintaro jaya.
- Widiastuti, R. N. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah. Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Widiastuti, T. (2016). Rekayasa Gambar Diri Remaja dalam Mencapai Pengakuan Sosial di Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14, 215–224.

- Yurindah, Narti, S., & Indria. (2019). Motif pengguna media sosial dalam mengunggah instagram story (Studi Fenomenologi Pada Anggota Sanggar Arastra di Kota Bengkulu). *Jurnal Professional FIS UNIVED*, 6(1). [www.digitalmarketer.id](http://www.digitalmarketer.id)
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>

**Internet:**

- Badan Pusat Statistik Kota Surabaya. (2020). *Proyeksi penduduk surabaya*. <https://surabayakota.bps.go.id/indicator/12/197/1/proyeksi-penduduk-kota-surabaya.html>
- Mutia Cindy. (2021). Usia mayoritas penduduk di Indonesia. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/11/15/ada-91-juta-pengguna-instagram-di-indonesia-mayoritas-usia-berapa>
- Purnamasari D. (2018). Klik, Bagikan, Pesan: Kebiasaan Bersantap di Era Media Sosial  
<https://tirto.id/klik-bagikan-pesan-kebiasaan-bersantap-di-era-media-sosial-cJpJ>
- Kate Murphy. (2010). First Camera, Then Fork  
<https://www.nytimes.com/2010/04/07/dining/07camera.html>