



# Jean Baudrillard and His Main Thoughts

*Jean Baudrillard dan Pokok Pemikirannya*

**I. Oktavianingtyas\*<sup>1</sup>**  
**Alexander Seran<sup>2</sup>**  
**Ridzki Rinanto Sigit<sup>3</sup>**

## INSTITUTION

<sup>1,3</sup>Universitas Sahid  
Jakarta, Indonesia

<sup>2</sup>Universitas Atmajaya  
Jakarta, Indonesia

## PHONE

(+62) 812 9157 5125

## EMAIL

oktavianingtyas.irmawati@gmail.com

## DOI

[https://www.doi.org/  
10.37010/prop.v1i2.258](https://www.doi.org/10.37010/prop.v1i2.258)

## PAPER PAGE

113-121

**PROPAGANDA** is a Journal of Communication Studies which is published twice a year on January and July. PROPAGANDA is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to communication studies. It is hoped that PROPAGANDA can become a media for academics and researchers to publish their scientific work and become a reference source for the development of science and knowledge.

## ABSTRACT

Jean Baudrillard adalah seorang filsuf Perancis dan salah satu tokoh postmodern terkemuka. Beberapa pemikiran utamanya meliputi *sign-value*, simulacra dan hiperrealitas. Pemikiran ini ditulis dalam karya awal Jean Baudrillard yang diterbitkan pada tahun 1968 hingga 1981. Sedangkan karya lainnya yang diterbitkan setelah tahun 1981 ditulis untuk memperkuat pemikiran awalnya. Artikel ini bertujuan untuk lebih mengenal Jean Baudrillard dan pemikiran utamanya, terutama pemikirannya mengenai *sign-value*, simulakra, dan hiperrealitas.

*Jean Baudrillard was a French philosopher and one of the leading postmodern figures. Some of his main thoughts include sign-value, simulacra and hyperreality. These thoughts were written in Jean Baudrillard's early work published in 1968 to 1981. While his other works published after 1981 were written to reinforce his initial thought. The aim of this article is to get to know Jean Baudrillard and his main thoughts further, especially his thoughts on sign-value, simulacra and hyperreality.*

## KEYWORD

sign-value, simulakra, hiperrealitas, Jean Baudrillard

*sign-value, simulacra, hyperreality, Jean Baudrillard*

# PROPAGANDA

## PENDAHULUAN

Jean Baudrillard (Reims, 20 Juni 1929–Paris, 6 Maret 2007) adalah seorang pakar teori kebudayaan, filsuf, komentator politik. Karya Baudrillard sering kali dikaitkan dengan post-modernisme dan post-strukturalisme (Wandalibrata, 2018). Karyanya menggabungkan filsafat, teori sosial, dan metafisika budaya yang merefleksikan peristiwa dan fenomena pada zamannya. Baudrillard merupakan seorang penulis yang sangat produktif yang telah menerbitkan lebih dari lima puluh buku, dia juga tidak segan untuk mengomentari isu budaya dan isu sosiologis yang menonjol di era kontemporer, isu-isu ini meliputi penghapusan perbedaan gender, ras, dan kelas yang menandai peralihan masyarakat modern ke postmodern. Selain itu, isu-isu meliputi konsumerisme, media, dan masyarakat teknologi juga tidak luput dari perhatiannya (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2019)

Tulisan awal Baudrillard yang membuat dirinya terkenal adalah *The System of Objects* in 1968 (1996), diikuti buku yang berjudul *The Consumer Society* in 1970 (1998), dan *For a Critique of the Political Economy of the Sign* in 1972 (1981). Karya tersebut ditulis sebagai upaya untuk menggabungkan *the study of everyday life* yang di prakarsai oleh Lefebvre (1901 and 1991) dengan *Social semiology* yang merupakan studi mengenai tanda-tanda dalam kehidupan sosial, yang diprakarsai oleh Roland Barthes (1915-1980). Tulisan berikutnya yang juga tidak kalah fenomenal berjudul *The Mirror of Production* 1973 dan buku *Symbolic Exchange and Death* (1976) ditulis dalam upaya untuk memberikan perspektif ultra-radikal yang mengatasi keterbatasan tradisi ekonom Marxis yang mengutamakan bidang ekonomi (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2019). Buku *Symbolic exchange* kemudian dipertegas dengan munculnya pemikiran Baudrillard mengenai simulakra dan simulasi dalam bukunya yang berjudul *Simulacra and Simulation* (1981) (Dutton, 1990).

Adapun tulisan-tulisan Baudrillard yang dirilis setelah tahun 1981 mayoritas adalah untuk mempertegas pemikiran-pemikiran awalnya. Beberapa tokoh-tokoh yang mempengaruhi pemikiran Baudrillard meliputi Karl Marx, Nietzsche, Roland Barthes, George Bataille, Lefebvre dan lain sebagainya. Jika meninjau keseluruhan karya Baudrillard, maka dapat disimpulkan bahwa fokus pemikirannya ada pada *sign-value*, hal ini berkaitan dengan kritik Baudrillard terhadap pemikiran Marx. Serta pokok pemikiran berikutnya adalah Simulakra, yang diikuti dengan hiperrealitas sebagai bagiannya. Pemikiran Baudrillard atas simulakra merupakan bentuk akan kritiknya terhadap modernitas dimana masyarakat dikendalikan oleh sebuah ilusi yang tidak nyata. Hal ini berkaitan dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat dan orientasi masyarakat pada konsumerisme.

Dalam upaya menyelami pemikiran Jean Baudrillard lebih jauh, maka rumusan masalah sebagai berikut ini disusun sebagai panduan dalam penjabaran pokok-pokok pikiran Baudrillard. Meliputi:

1. Bagaimanakah konsep *sign-value* menurut Jean Baudrillard?
2. Bagaimanakah konsep simulakra dan hiperrealitas menurut Jean Baudrillard?

## METODE

Rumusan masalah di atas akan dijawab menggunakan data-data yang diperoleh melalui studi literatur, meliputi membaca buku terkait, membaca jurnal-jurnal internasional dan nasional terkait, serta pencarian data melalui artikel dari *website* ensiklopedia resmi milik beberapa organisasi Pendidikan.



## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Konsep Sign-value menurut Jean Baudrillard*

Di dalam tiga tulisan awal Baudrillard (*The System of Objects* (1968), *The Consumer Society: Myths and Structures* (1970) *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (1972)) membawa pembahasan mengenai analisis semiologi yang tepat untuk mengetahui bagaimana objek dikodekan dengan sistem tanda dan makna yang kemudian membentuk media kontemporer dan masyarakat konsumen dewasa ini. Dengan cara Menggabungkan studi semiologi, ekonomi politik Marxian, dan sosiologi masyarakat konsumen, Baudrillard menggambarkan makna yang diinvestasikan dalam objek kehidupan sehari-hari dan sistem struktural yang melaluinya objek diatur ke dalam masyarakat modern baru, inilah kemudian yang memunculkan *sign-value*.

Dalam bukunya yang berjudul *For a Critique of the Political Economy of the Sign* (1983), Baudrillard menuliskan mengenai 4 bentuk nilai yang terdapat didalam sebuah objek, nilai tersebut meliputi, *the Functional value*, yaitu nilai fungsi suatu objek. Contohnya adalah ketika orang membeli pensil untuk menulis, maka orang tersebut menilai sebuah objek dari *function value*-nya. Kedua adalah *the exchange value*, yaitu nilai tukar ekonomi yang terkandung di dalam objek tersebut. Contoh, nilai ekonomi sebuah pensil tentu berbeda dengan nilai ekonomi sebuah mobil. Jika sebuah pensil bisa ditukar dengan uang 2000 rupiah, maka mobil bisa ditukar dengan gaji seorang karyawan selama bertahun-tahun. Nilai ketiga adalah *the symbolic value*, yaitu nilai objek yang diberikan oleh subjek dalam hubungannya dengan subjek lain. Contoh ketika seseorang memberikan mawar kepada lawan jenis, mawar tersebut dapat diartikan sebagai tanda cinta. Nilai terakhir adalah *the sign value*, yaitu nilai objek di dalam sistem objek. Dengan kata lain, *sign-value* adalah status yang menyertai objek tersebut (Baudrillard, 1983)

Baudrillard mengajukan prinsip (*sign-value*) sebagai kerangka membaca realitas masyarakat modern. Hal ini berbeda dengan apa yang dijelaskan oleh Marx bahwa nilai-tukar mendominasi nilai-guna. Baudrillard menganggap bahwa prinsip nilai-guna (*use-value*) dan nilai-tukar (*exchange-value*) milik Marx sudah tidak relevan lagi. Menurutnya, kritik klasik Marxian terhadap ekonomi politik perlu dilengkapi dengan teori semiologi tentang tanda yang mengartikulasikan beragam makna yang ditandai oleh penanda ke dalam bahasa yang diatur ke dalam sistem makna. Ketika menempatkan analisisnya mengenai tanda, bahasa, dan kehidupan sehari-hari dalam kerangka historis, Baudrillard berpendapat bahwa transisi dari tahap awal kapitalisme yang kompetitif ke tahap kapitalisme monopoli telah melahirkan perhatian yang besar pada *demand management*, sebagai upaya untuk menambah dan mengarahkan konsumsi masyarakat modern. Pada perkembangannya kemudian muncul teknologi canggih, diikuti dengan teknik produksi barang terbaru sebagai upaya untuk menciptakan produksi produk secara massal, telah menjadikan perusahaan kapitalis memutar otak untuk mencari cara dalam meningkatkan konsumsi masyarakat dan menciptakan kebutuhan akan barang-barang bergengsi baru, sehingga menghasilkan rezim seperti Baudrillard sebut sebagai rezim *sign-value* (Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2019)

*Sign-value* muncul sebagai istilah kunci untuk menganalisis nilai dalam masyarakat konsumen, di mana fetisisme komoditas dilengkapi dengan fetisisme baru yang hanya melekat pada nilai simbolis objek (Koch & Elmore, 2006). Fetisisme komoditas sendiri tampak dalam cara pertukaran nilai-guna dan nilai-tukar dalam sistem kapitalisme (Permana, 2014). Baudrillard beranggapan bahwa sekarang ini, masyarakat membeli suatu barang bukan lagi karena nilai gunanya, namun karena simbol yang melekat pada objek (barang tersebut) (Baudrillard, 1983). Aktivitas konsumsi tidak hanya bermaksud untuk mengubah nilai tukar (*value-exchange*) menjadi nilai guna (*use-value*). Aktivitas konsumsi juga dimaksudkan untuk

# PROPAGANDA

memperoleh tanda/status (*sign-value*) yang mengikuti objek yang di konsumsi (Baudrillard, 1983). Sebagai contoh, dewasa ini banyak ditemukan masyarakat yang membeli tas keluaran merek tertentu untuk mendapatkan status yang menempel pada merek tersebut. masyarakat ramai-ramai membeli tas keluaran rumah mode Dior bukan karena fungsinya sebagai tas (*use-value*), atau karena harganya yang mahal (*exchange-value*) namun hal ini karena simbol gaya hidup (*symbolic-value*) yang menempel pada tas tersebut sehingga akan menaikkan status sosial pemiliknya sebagai orang kaya (*sign-value*).

Agak membingungkan memang posisi *symbolic-value* ketika berhadapan dengan *sign-value*. Namun berdasarkan buku ketiga Jean Baudrillard *For a Critique of the Political Economy of the Sign*, chapter 5 (*the art auction: sign exchange and sumptuary value*), menjelaskan bahwa “*What happens to symbolic value in this whole operation, to the value peculiar to the “work of art”? It does not appear anywhere. It is repudiated, absent*” dapat diartikan bahwa *symbolic-value* tidak berlaku ketika bersanding dengan *sign-value*. Sebagai contoh yang diberikan Baudrillard, ketika seorang mengoleksi lukisan karena simbol estetikanya (*symbolic value*), itu semua hanya alibi. Hanya alasan yang diberikan untuk membenarkan tindakannya mengoleksi lukisan. Namun sebenarnya, tindakan mengoleksi lukisan itu karena *sign value* yang dibawa oleh lukisan tersebut. Bahwa ketika seseorang pada zaman itu mengoleksi lukisan, maka status sosial sang kolektor tersebut akan naik seketika, hal ini juga memvalidasi bahwa kolektor tersebut adalah orang kaya.

Namun apakah nilai tanda yang mengikuti objek terjadi begitu saja? Tentu tidak. Nilai-nilai ini dihasilkan oleh para pekerja yang disetir oleh hierarki di dalamnya dalam memproduksi barang. Yang kemudian mengintervensi nilai ekonomi dan nilai guna sebuah barang, menjadi nilai tanda (Baudrillard, 1983). Sebagai contoh konkret, sebuah Objek yang di produksi sebagai barang dengan nilai guna, kemudian dipasarkan oleh tim pemasaran dengan meminta bantuan tim *marketing* dan *advertising*, dalam rangka menarik perhatian pembeli dan menciptakan kebutuhan konsumsi baru sehingga produsen barang tersebut dapat memperoleh keuntungan finansial lebih besar. Tentunya dalam menarik perhatian pembeli, produsen melakukan taktik-taktik tertentu seperti membuat kemasan semenarik mungkin, menampilkan iklan dengan jargon sedemikian rupa, tidak jarang juga menampilkan model rupawan yang dapat mempresentasikan barang tersebut. Akhirnya *sign-value* ini muncul ketika masyarakat membeli produk tersebut karena ingin mendapatkan tanda yang dibawa oleh jargon atau model iklan ketika bersanding di masyarakat sekitarnya.

Menurut Baudrillard, periklanan, pengemasan, tampilan, mode, media massa dan budaya, telah melipatgandakan kuantitas tanda dan tontonan, dan menghasilkan peningkatan *sign-value*. Itulah mengapa Baudrillard memberikan klaim bahwa komoditas tidak hanya dicirikan oleh nilai guna dan nilai tukar, seperti dalam teori Marx tentang komoditas, tetapi komoditas serta konsumsi sekarang ini dicirikan dengan nilai tanda (*sign-value*) seperti prestise, kemewahan, kekuasaan, dan sebagainya (Goldman & Papsen, 1996). Namun, masalah baru muncul ketika produk yang diiklankan diiringi dengan jargon yang sama sekali tidak relevan dengan produk yang ditampilkan. Hubungan ini melibatkan tanda *real* (fakta) yang tercipta melalui proses produksi, serta tanda semu (*citra*) yang tercipta melalui proses reproduksi. Tanda-tanda yang diolah sedemikian rupa oleh para produsen melalui kemasan, iklan dan taktik marketing lainnya melalui media massa telah mengacaukan sistem tanda itu sendiri, yang kemudian memunculkan dunia simulasi. Dalam simulasi, tanda-tanda tersebut saling menumpuk dan berjaln serta membentuk satu kesatuan. Tidak dapat lagi dikenali mana yang asli serta mana yang palsu, mana yang nyata dan mana yang semu. Kesatuan inilah yang kemudian disebut Baudrillard oleh sebagai *simulacra* atau *simulacrum*.



***Konsep Simulakra menurut Jean Baudrillard****Simulasi*

Dalam mempermudah pemahaman mengenai konsep simulakra, perlu adanya untuk mengetahui konsep simulasi terlebih dahulu. Simulasi ini didefinisikan sebagai proses representasi dari suatu objek sebagai referensi yang pada akhirnya dianggap menggantikan objek aslinya. Representasi itu sendiri kemudian menjadi nyata dan dianggap lebih nyata dari objek aslinya (Baudrillard, 1994). Dalam simulasi, hal-hal menjadi abstrak saat benda nyata dan representasi menyatu. Simulasi ini dikelilingi oleh referensi yang digabungkan satu sama lain. Selanjutnya simulasi membangun sebuah objek representasi dengan sistem tanda. Sistem tanda tidak hanya sekedar meniru, menduplikasi, atau bahkan memparodikan objek aslinya, tetapi juga menjadi pengganti dari tanda yang sebenarnya (Baudrillard, 1994).

Simulasi menentukan pandangan masyarakat mengenai sebuah kenyataan. Ketika sebuah objek yang dapat menarik minat masyarakat seperti seni, rumah, kebutuhan rumah tangga dan lain sebagainya ditayangkan melalui berbagai media dengan model-model yang ideal, di sinilah batas antara simulasi dan kenyataan menjadi tercampur aduk (Azwar, 2014). Contohnya adalah iklan produk kesehatan yang disimulasikan sedemikian rupa melalui televisi dengan menambahkan jargon “orang pintar minum produk ini”. Jargon “orang pintar” ditampilkan untuk merepresentasikan produk tersebut. Akhirnya masyarakat membeli produk itu karena merujuk pada jargonnya “orang pintar” sehingga memunculkan anggapan bahwa jika memilih produk itu berarti individu tersebut adalah orang pintar, meskipun kenyataannya tidak selalu demikian. Simulasi inilah yang kemudian memunculkan *sign-value*, nilai tanda dari sebuah produk seperti yang telah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya. *Sign-value* ini muncul dari simulasi yang telah dikonstruksikan sedemikian rupa untuk membentuk sebuah citra, representasi sudah tidak lagi mengacu pada keterangan objek yang sebenarnya. Disinilah nanti yang disebut dengan Simulakra.

Contoh lainnya adalah ketika seorang individu mempunyai akun media sosial, dan ingin menampilkan dirinya sebagai seseorang yang religius, maka individu tersebut berusaha untuk menampilkan unggahan-unggahan bernada religius seperti mengunggah potongan ayat suci, mengunggah foto dengan busana keagamaan dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk mempresentasikan dirinya ke teman-teman sosial medianya sebagai seseorang yang shalih/shalihah. Inilah yang dimaksud dengan simulasi. Teman media sosialnya akan menganggap individu tersebut orang yang taat agama, meskipun realitasnya tidak diketahui apakah benar demikian atau tidak. Citra ini terbentuk dari simulasi yang ditampilkan oleh individu tersebut di media sosial. Maka dari itu, Baudrillard (1994) menyebutkan bahwa segala sesuatu tentang dunia diciptakan atau disimulasikan oleh teknologi digital sehingga seolah menjadi tampak nyata. Hal ini disebutnya sebagai simulakra atau citra buatan.

Dengan bahasa yang lebih mudah, simulasi dari realitas yang telah dibelokkan adalah simulakra. Jika simulasi merepresentasikan sebuah realitas, maka dalam simulakra, realitas yang direpresentasikan sudah kehilangan referensinya. Tidak lagi terlihat mana yang benar dan mana yang salah, mana yang nyata dan mana yang semu belaka.

*Simulakra*

*“The simulacrum is never what hides the truth - it is truth that hides the fact that there is none. The simulacrum is true.” -Ecclesiastes*

Jean Baudrillard memulai pembahasannya mengenai simulakra pada bukunya yang berjudul *Simulacra and Simulations* (1981) dengan menampilkan *quote* tersebut yang berarti “Simulakra tidak pernah menyembunyikan kebenaran - kebenaranlah yang menyembunyikan fakta bahwa tidak ada kebenaran. Simulakra adalah kebenaran”. Baudrillard bermaksud untuk menyampaikan bahwa masyarakat sekarang ini menganggap bahwa apa yang ditampilkan oleh

# PROPAGANDA

simulakra adalah sebuah kebenaran. Dianggap nyata dan benar oleh masyarakat, sehingga menghilangkan batasan tentang kenyataan itu sendiri.

Simulakra didefinisikan sebagai kenyataan atau realitas yang tidak memiliki acuan referensial apa pun (Baudrillard, 1983). Pemikiran ini berangkat dari analisisnya terhadap situasi masyarakat kontemporer pada saat itu. Perkembangan teknologi yang semakin pesat terutama setelah perang dunia ke II telah mendorong kaum kapitalis untuk melancarkan kepentingannya melalui media massa (Islam, 2017). Para kapitalis memanfaatkan ruang-ruang virtual di media massa untuk membentuk citra semu pada produk industrinya. Pemanfaatan ruang virtual telah mengubah objek yang konkret menjadi abstrak, dan kemudian objek abstrak tersebut diadaptasi oleh masyarakat menjadi objek yang nyata kembali secara berulang-ulang hingga objek tersebut kehilangan referensi aslinya.

Adapun dalam perkembangannya, simulakra tidak terjadi begitu saja. Baudrillard mengemukakan empat tahap perkembangan simulakra di dalam bukunya yang berjudul *Symbolic Exchange and Death* meliputi, tahap pertama adalah *symbolic order* atau dikenal juga dengan sebutan *the era of origin*, di mana masyarakat memiliki sistem tanda pasti yang terdistribusi berdasarkan tingkatan dan kewajiban masing-masing. Pada era ini, simbol masih mempresentasikan keadaan aslinya. Contohnya adalah busana adat kerajaan yang melambangkan kekuasaan dan hanya dipakai oleh keluarga kerajaan. Perkembangan simulakra berikutnya adalah *first order of simulacra* atau dikenal dengan *the counterfeit*, era ini berkembang pada zaman modern awal, dari *renaissance* hingga *industry*. Simulakra dimaksudkan untuk mengimitasi citra alami dari sebuah objek. Contohnya adalah pesawat merupakan bentuk imitasi dari objek alamiah burung. Atau ketika busana adat kerajaan dibuat imitasinya untuk dipakai dalam kegiatan karnaval rakyat.

Fase berikutnya adalah *the second order of simulacra*, dimulai dari era Revolusi Industri hingga pertengahan abad ke-20, pada era ini produksi besar-besaran terhadap barang imitasi/tiruan yang bentuknya sama persis dengan bentuk asli tersebut. Contohnya adalah pesawat yang diproduksi massal untuk dijual dan untuk mendapatkan keuntungan finansial, atau busana adat kerajaan yang diproduksi massal dan dijual dengan tujuan yang sama. Fase terakhir adalah *the third order of simulacra*, masa kini, di mana dunia didominasi oleh simulasi yang terjadi sebagai salah satu akibat perkembangan teknologi. Segala sesuatu tanpa ada rujukan aslinya. (Baudrillard, 1976) Hal-hal yang asli menjadi imitasi, kemudian didaur ulang dan diproduksi berkali-kali kemudian disimulasikan melalui dunia virtual (layar televisi), hingga matilah realitas asli itu sendiri yang kemudian muncullah *hiperrealitas* sebagai ciri dari simulakra tersebut.

Selain kaburnya batas-batas realitas, konsekuensi lain dari keberadaan simulakra adalah hilangnya esensi dan makna segala sesuatu. Antara yang esensial dan yang non-esensial pun menjadi hilang. Begitu juga dengan moralitas, simulakra berhasil mengacaukan antara yang baik dan buruk yang indah dan yang tidak indah, yang benar dan yang salah. Segala sesuatunya telah bercampur baur, sehingga yang ditemukan ialah kekosongan atau tanpa referensi (Opic, 2004). Baudrillard menggambarkan simulakra yang terjadi di era kontemporer pada tulisannya yang berjudul *Simulation* dengan menggunakan analogi peta, dikutip dari jurnal berjudul *Simulacra sebagai Kritik Atas Modernisme* karya Raja Cahaya Islam, menuliskan bahwa:

Suatu peta dibuat, tentunya mesti merujuk kepada referensinya, yakni suatu teritorial tertentu. Sehingga, peta dibuat setelah teritorial. Namun tidak demikian dengan tatanan simulacra. Dalam tatanan simulacra, peta dibuat terlebih dahulu, sebelum teritorial tertentu. Dengan demikian, peta tersebut sama sekali tidak merujuk kepada teritorial tertentu atau dalam bahasa lain, peta tersebut tidak memiliki referensi. Tak sampai disitu, peta tersebut justru malah mempengaruhi suatu teritorial.

Analogi peta ini jika dikaitkan dengan contoh nyata adalah drama Korea. Sering kali drama Korea merepresentasikan sosok lelaki yang romantis, tampan, dan kaya raya. Sehingga sebagai akibatnya, masyarakat yang menonton drama Korea beranggapan bahwa seluruh lelaki



Korea adalah romantis, tampan, dan kaya raya. Padahal representasi itu tidaklah benar adanya. Tidak semua lelaki di Korea berparas tampan, romantis dan kaya raya. Drama Korea telah menciptakan kenyataan baru di mata masyarakat mengenai citra lelaki di Korea, meskipun citra tersebut tidak selalu benar adanya. Maka muncullah kenyataan baru, di mana remaja Indonesia banyak yang menggilai turis Korea ketika berkunjung ke Indonesia. Meskipun lelaki tersebut tidaklah rupawan, asalkan berasal dari Korea maka citra rupawan langsung menempel kepadanya.

Apa yang ditampilkan oleh drama Korea tersebut terlihat sangat nyata, melampaui kenyataan aslinya. Inilah kemudian yang disebut sebagai hiperrealitas. Hiperrealitas adalah keadaan di mana sebuah representasi dipandang lebih nyata dari objek yang direpresentasikan (Baudrillard, 1994). Jika dihubungkan dengan kemajuan teknologi, dengan adanya internet, teknologi digital dan layar sebuah perangkat elektronik, maka hiperrealitas adalah sebuah gagasan di mana apa yang ditampilkan di layar perangkat elektronik terasa lebih nyata daripada realitas fisiknya. Sedangkan strategi simulakra (simulasi realitas) memungkinkan realitas aktual untuk digeser, dan digantikan oleh realitas semu yang muncul akibat dari sifat hiperrealitas sebuah simulakra tersebut.

Simulakra dengan sifat hiperrealitas-nya dapat mengubah sesuatu yang real menjadi abstrak, dan abstrak menjadi real. Contoh sempurna yang disajikan oleh Jean Baudrillard adalah Disneyland (Baudrillard, 1994). Di mana segala sesuatu di dalam Disneyland adalah *miniature*, imitasi dari dunia asli dan merupakan imitasi dari dunia abstrak yang kemudian menjadi nyata, contohnya adalah adanya karakter dongeng kartun yang kemudian ditampilkan dalam bentuk fisiknya di Disneyland, sebut saja Rapunzel, Cinderella, dan berbagai tokoh lainnya. Ada Juga objek nyata yang dibuat imitasinya menjadi abstrak, dan kemudian di produksi ulang kembali menjadi bentuk fisik nyata, yaitu Mickey Mouse. Mickey Mouse adalah salah satu karakter terkenal di Disneyland, berawal dari imitasi bentuk alamiah hewan tikus, kemudian menjadi bentuk abstrak kartun Mickey Mouse yang ditampilkan di layar televisi kemudian di produksi ulang menjadi manusia yang menggunakan kostum Mickey Mouse di Disneyland dan sudah tidak ada sangkut pautnya lagi dengan sosok tikus sebagai referensi awal. Membbingungkan bukan?

Disneyland memiliki segala hal yang terlihat seperti mimpi, imajinasi dan jauh dari realitas kehidupan manusia. Disneyland menurut Baudrillard merupakan berhala mutakhir. Pemujaan yang menunjukkan betapa irasionalnya perilaku konsumtif orang-orang yang rela mengantre berjam-jam membayar puluhan dollar hanya untuk memuaskan nafsu, insting, memenuhi kesenangan belaka. Mereka rela mengantre berjam-jam dan membayar harga yang tidak murah untuk dapat masuk ke Disneyland dan bergembira bersama teman-teman di dalam dunia imajiner tersebut. Kegembiraan tersebut hanyalah ilusi belaka, karena ketika melangkahkan kaki keluar, maka individu tersebut kembali ke dunia nyata dalam kesepian dan kekosongan. Apa yang dikonsumsi masyarakat kita sekarang ini bukan lagi didasarkan pada tuntutan kebutuhan, namun konsumsi dalam bentuk kesemuan, jauh dari realitas kehidupan (Naamy, 2018).

Begitulah simulakra yang dicirikan dengan hiperrealitas. Dunia simulasi yang sudah kehilangan referensi aslinya, dan malah terasa lebih nyata dan melampaui kenyataan yang ada sehingga kemudian memunculkan realitas tersendiri karena terasa sangat nyata. Dunia kita saat ini telah dipenuhi dengan simulakra. simulakra mempengaruhi pikiran kita seolah-olah dunia simulasi yang diangkat oleh media (media massa, media sosial) itu nyata meskipun tanpa menghadirkan realitas aslinya secara esensial. Akhirnya simulakra mengambil alih kehidupan manusia, dengan mengontrol dalam berbagai aspek kehidupan. Simulakra menjebak manusia untuk percaya bahwa apa yang ditampilkan oleh simulasi itu nyata. Sebagai akibatnya, banyak sampah visual yang bertebaran saat ini. Terutama menjelang pemilihan umum kepala daerah, sudut-sudut kota dipenuhi oleh simulakra berupa spanduk-spanduk simulasi visual yang

# PROPAGANDA

berisikan citra-citra semu para kandidat calon pemimpin untuk mengarahkan pikiran masyarakat bahwa citra yang disimulasikan di dalam spanduk itu adalah nyata adanya.

## PENUTUP

Pemikiran Baudrillard, terutama mengenai hiperrealitas telah membuatnya menjadi sosok filsuf terkenal di zamannya. Baudrillard sering diliput oleh berbagai majalah di Eropa, khususnya di Prancis. Tentu saja dengan semakin terkenalnya Baudrillard dan pemikirannya, semakin banyak pula kritik yang ditujukan kepadanya. Kritik tersebut dilontarkan oleh berbagai kalangan, Mark Poster, merangkum kritik tersebut dalam buku yang berjudul *Jean Baudrillard selected writing* ia menuliskan bahwa:

*Baudrillard's writing up to the mid-1980s is open to several criticisms. He fails to define key terms, such as the code; his writing style is hyperbolic and declarative, often lacking sustained, systematic analysis when it is appropriate; he totalizes his insights, refusing to qualify or delimit his claims. He writes about particular experiences, television images, as if nothing else in society mattered, extrapolating a bleak view of the world from that limited base. He ignores contradictory evidence such as the many benefits afforded by the new media.*

Jean Baudrillard gagal mendefinisikan konsep-konsep utama di tulisannya, salah satunya adalah konsep mengenai kode. Gaya penulisan Baudrillard juga terkesan hiperbolik dan deklaratif, sering kali tidak memiliki analisis sistematis yang berkelanjutan bila diperlukan. Baudrillard menjabarkan wawasannya, namun menolak untuk memenuhi syarat atau membatasi klaimnya. Ia kerap menuliskan efek negatif dari kehadiran media, dan menolak kenyataan bahwa media juga memberikan manfaat kepada masyarakat luas. Tidak sampai situ saja, kritik akan pemikiran Baudrillard juga masih bermunculan hingga saat ini.

Meskipun demikian, Jean Baudrillard adalah sosok yang berkontribusi pada perkembangan pemikiran mengenai media massa, Beberapa kalangan bahkan menganggap Baudrillard adalah McLuhan versi terbaru. Ide-idenya dinilai sangat kritis dan fenomenal. Bahkan idenya juga relevan ketika dihubungkan dengan kehadiran media baru, yaitu media sosial dan media digital lainnya. Teori-teorinya banyak dipakai dalam dunia akademik dewasa ini, tidak terbatas pada disiplin ilmu komunikasi, penelitian-penelitian humaniora lintas disiplin juga banyak yang menggunakan teori-teori milik Jean Baudrillard sebagai acuannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, M. (2014). Teori simulakrum Jean Baudrillard dan upaya pustakawan mengidentifikasi informasi realitas. *Khazanah Al-hikmah Vol 2*, 40.
- Baudrillard, J. (1976). *Symbolic Exchange and Death*. Published in association with Theory, Culture & Society. Retrieved from New World Encyclopedia.
- Baudrillard, J. (1983). *For a Critique of the Political Economy of the Sign*. London: Verso Books.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulation*. United States of America: emioText[e].
- Baudrillard, J. (1994). *Simulacra and Simulation*. Ann Arbor: The Michigan University Press.
- Dutton, D. (1990). *Jean Baudrillard*. United States of America: John Hopkins University Press. Retrieved from New World Encyclopedia.
- Goldman, R. L., & Papson, S. (1996). *Sign Wars: The Cluttered Landscape of Advertising*. New York: Guilford Publication.





- Islam, R. C. (2017). SIMULACRA SEBAGAI KRITIK ATAS MODERNISME (Studi Analisis Atas Pemikiran Jean P. Baudrillard). *Jurnal Aqidah dan Filsafat Islam*, Vol.2 No,1 .
- Koch, A. M., & Elmore, R. (2006). Simulation and Symbolic Exchange: Jean Baudrillard's Augmentation of Marx's Theory of Value. *Politics and Policy* 34 (3) , 556-575.
- Naamy, N. (2018). RUNTUHNYA DUNIA SOSIAL DI ERA KOMUNIKASI MEDIA SIMULAKR. *Komunike*, Volume X, No. 1.
- Opcit, Y. A. (2004). *Posrealitas: Realitas Kebudayaan dalam Era Posmetafisika*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Poster, Mark. (1988). *Jean Baudrillard Selected Writing*. California: Stanford University Press,
- Permana, A. (2014, Apr 22 ). *Evolusi Kapitalisme*. Retrieved from Binus University, faculty of humanities: <https://ir.binus.ac.id/2014/04/22/evolusi-kapitalisme/>
- Philosophy, S. E. (2019, Dec 18). *Jean Baudrillard*. Retrieved from Stanford Encyclopedia of Philosophy: <https://plato.stanford.edu/entries/ baudrillard/>
- Wandalibrata, M. P. (2018). Simulakra Sebagai Pembentuk Realitas Palsu. *Jurnal Cakrawarti*, Vol. 01,, 56.